

ABSTRAK

ISMERALDA INDAH MANALU. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Reklame di Kota Medan. Dibimbing oleh Ferry Laurensius, S.E., M.Si.

Realisasi penerimaan pajak reklame Kota Medan belum mencapai target sejak tahun 2023, dengan capaian terendah sebesar 71,32% pada tahun 2024. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kepatuhan wajib pajak reklame masih perlu ditingkatkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan perpajakan, kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, serta pengawasan dan penertiban terhadap kepatuhan wajib pajak reklame di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner kepada 91 wajib pajak reklame terdaftar di Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Medan yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran wajib pajak ($\beta = 0,507$; $p = 0,001$) serta pengawasan dan penertiban ($\beta = 0,436$; $p = 0,014$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak reklame. Sebaliknya, pengetahuan perpajakan ($\beta = 0,203$; $p = 0,262$) dan sanksi perpajakan ($\beta = -0,229$; $p = 0,394$) tidak berpengaruh signifikan. Keempat variabel secara bersama-sama menjelaskan 57,7% variasi kepatuhan wajib pajak reklame ($R^2 = 0,577$). Hasil ini menunjukkan bahwa kepatuhan lebih ditentukan oleh kesadaran internal wajib pajak dan efektivitas pengawasan dibandingkan oleh pengetahuan dan sanksi. Bapenda Kota Medan disarankan memperkuat sosialisasi yang menumbuhkan kesadaran serta meningkatkan intensitas dan konsistensi pengawasan dan penertiban di lapangan.

Kata kunci: *kepatuhan wajib pajak, pajak reklame, kesadaran wajib pajak, pengawasan dan penertiban, PLS-SEM*

ABSTRACT

ISMERALDA INDAH MANALU. Analysis of Factors Influencing Billboard Taxpayer Compliance in Medan City. Dibimbing oleh Ferry Laurensius, S.E., M.Si.

Billboard (advertisement) tax revenue in Medan City has fallen short of its target since 2023, reaching its lowest achievement of 71.32% in 2024. This condition indicates that billboard taxpayer compliance still needs to be improved. This study aims to analyze the effect of tax knowledge, taxpayer awareness, tax sanctions, and supervision and enforcement on billboard taxpayer compliance in Medan City. The study employed a quantitative associative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 91 billboard taxpayers registered at the Regional Revenue Agency (Bapenda) of Medan City, selected through purposive sampling. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS version 4. The results show that taxpayer awareness ($\beta = 0.507$; $p = 0.001$) and supervision and enforcement ($\beta = 0.436$; $p = 0.014$) have a positive and significant effect on billboard taxpayer compliance. In contrast, tax knowledge ($\beta = 0.203$; $p = 0.262$) and tax sanctions ($\beta = -0.229$; $p = 0.394$) have no significant effect. Together, the four variables explain 57.7% of the variance in billboard taxpayer compliance ($R^2 = 0.577$). These findings indicate that compliance is determined more by taxpayers' internal awareness and the effectiveness of supervision than by knowledge and sanctions. Bapenda of Medan City is advised to strengthen outreach that builds taxpayer awareness and to increase the intensity and consistency of field supervision and enforcement.

Keywords: *taxpayer compliance, billboard tax, taxpayer awareness, supervision and enforcement, PLS-SEM*