

ABSTRAK

Oleh:

DIAN NUR RIZKI RAHMAYANTI

Dosen Pembimbing:

Pembimbing I

ACIM SUPRIADI, S.E., M.M.

Pembimbing II

SARI MARLIANI, Dra., M.M.

Pajak Daerah merupakan salah satu sumber pembiayaan pembangunan daerah dalam mendukung pelaksanaan otonomi daerah. Salah satu jenis pajak daerah yang dipungut oleh Pemerintah Kota/Kabupaten adalah Pajak Reklame yang merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame.

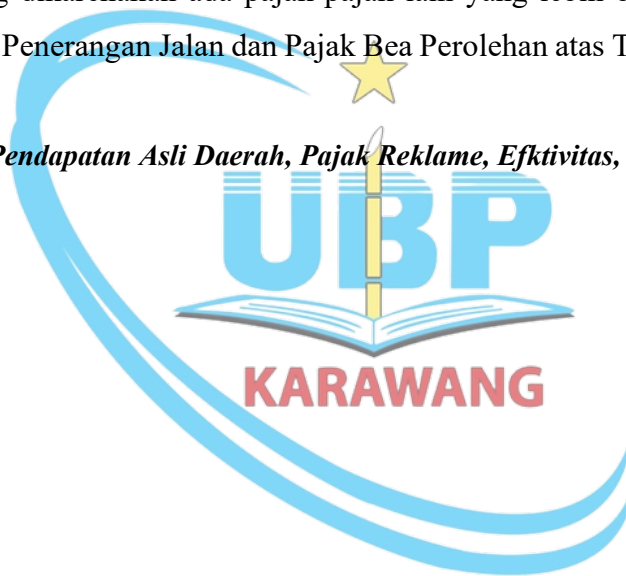
Era Otonomi Daerah menjadi tantangan bagi setiap daerah untuk memanfaatkan peluang dalam menggali potensi daerah. Upaya peningkatan PAD dapat dilakukan dengan meningkatkan efektivitas penerimaan pajak daerah dari sumber PAD khususnya pajak reklame. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemungutan pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Karawang serta mengetahui kontribusi dari realisasi penerimaan pajak reklame dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah Kabupaten Karawang tahun 2014-2018.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan wawancara. Data yang digunakan adalah pajak reklame. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis efektivitas dan kontribusi.

Hasil dari penelitian adalah tingkat efektivitas untuk pajak reklame tahun 2014 sebesar 103,68%, tahun 2015 sebesar 107,63%, tahun 2016 sebesar 116,14%, tahun. Dengan ini dinyatakan tahun 2014-2016 efektif karena banyaknya kegiatan-kegiatan yang sifatnya insidentif (sementara) yang bersifat 3 bulan. Contohnya seperti event-event, Perumahan dan lain-lain. Tetapi yang bersifat keagamaan, sosial, dan politik tidak dikenakan pajak reklame. Sedangkan di tahun 2017 sebesar

65,08% dinyatakan kurang efektif dan tahun 2018 sebesar 88,81% dinyatakan kurang efektif dikarenakan ada beberapa *space* yang kosong berkaitan dengan kota layak anak (ada beberapa jalur/tempat yang tidak diperbolehkan untuk memasang iklan), dikarenakan banyaknya spanduk-spanduk PEMILU yang sifatnya tidak dikenakan pajak reklame, dan banyaknya oknum-oknum yang memasang reklame liar (reklame yang tidak terdaftar di Badan Pendapatan Daerah). Kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Karawang dari tahun 2014 sebesar 0.00061%, tahun 2015 sebesar 0.0066%, tahun 2016 sebesar 0.0086%, tahun 2017 sebesar 0.0057%, dan tahun 2018 sebesar 0.0093%. Kontribusi pajak reklame dinyatakan masih kurang dikarenakan ada pajak-pajak lain yang lebih besar penerimaannya seperti Pajak Penerangan Jalan dan Pajak Bea Perolehan atas Tanah dan Bangunan.

Kata Kunci: Pendapatan Asli Daerah, Pajak Reklame, Efektivitas, Kontribusi.



ABSTRACT

By:

DIAN NUR RIZKI RAHMAYANTI

Advisor Lecturer:

Lecturer I:

ACIM SUPRIADI, S.E., M.M.

Lecturer II:

SARI MARLIANI, Dra., M.M.

Regional Tax is one of the sources of financing for regional development in supporting the implementation of regional autonomy. One type of local tax collected by the City/Regency Government is the Advertising Tax, which is a tax on the administration of billboards.

The Era of Regional Autonomy is a challenge for each region to take advantage of opportunities in exploring regional potential. Efforts to increase PAD can be done by increasing the effectiveness of local tax revenues from PAD sources, especially advertisement tax. This study aims to determine the effect of advertisement tax collection on Karawang regency PAD and find out the contribution of the realization of advertisement tax revenues in an effort to increase the local revenue of Karawang Regency in 2014-2018.

This research uses quantitative and qualitative methods. Techniques for collecting data through documentation and interviews. The data used is advertisement tax. The analysis used in this study is the analysis of effectiveness and contribution.

The results of the study are the level of effectiveness for the 2014 advertisement tax of 103.68%, in 2015 of 107.63%, in 2016 of 116.14%, year. Hereby declared 2014-2016 effective because of the many activities that are incidental (temporary) that are 3 months. Examples such as events, housing and others. But those that are religious, social and political are not subject to advertisement tax. While in 2017 65.08% was declared ineffective and in 2018

amounted to 88.81% declared ineffective because there were some empty spaces related to child-friendly cities (there were several paths / places that were not allowed to place advertisements), due to the large number ELECTION banners whose character is not subject to advertisement tax, and the number of persons who put up illegal billboards (billboards that are not registered with the Regional Revenue Agency). The contribution of advertisement tax to PAD Karawang Regency from 2014 amounted to 0.00061%, in 2015 amounted to 0.0066%, in 2016 amounted to 0.0086%, in 2017 amounted to 0.0057%, and in 2018 amounted to 0.0093%. The contribution of advertisement tax is stated to be insufficient because there are other taxes that have a greater revenue such as the street lighting tax and the acquisition tax on land and buildings.

Keywords: *Regional Original Income, Advertising Tax, Effectiveness, Contributions.*

