

ABSTRAKS

Lusianawati, 1158010153: “Penerimaan Pajak Reklame di Kota Cimahi Tahun Anggaran 2016-2018”.

Pajak daerah merupakan potensi setiap daerah untuk mengoptimalkan pendapatan asli daerah, hal ini berlaku untuk setiap daerah provinsi, daerah kabupaten/kota yang ada di Indonesia termasuk Kota Cimahi. Kota Cimahi berusaha mengoptimalkan penerimaan pajak daerah salah satunya yaitu penerimaan pajak reklame. Kota Cimahi sebagai pusat pemerintahan sekaligus sebagai kota industri, maka prospek pajak reklame cukup potensial untuk waktu yang akan datang. Namun pada kenyataannya penerimaan pajak reklame tidak mencapai target meskipun jumlah reklame dan jumlah wajib pajak meningkat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi, untuk mengetahui hambatan-hambatan dalam penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi, dan mengetahui upaya Badan Pengelola Pendapatan Daerah Kota Cimahi dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori penerimaan pajak dari Siti Kurnia Rahayu (2013: 27-29) yang terdapat enam dimensi, diantaranya (1) kejelasan, kepastian, dan kesederhaan peraturan perundang-undangan perpajakan; (2) kebijakan pemerintah dalam mengimplementasikan undang-undang perpajakan; (3) sistem administrasi perpajakan yang tepat; (4) pelayanan; (5) kesadaran dan pemahaman warga negara; dan (6) kualitas petugas pajak.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Dalam hal ini menggambarkan mengenai penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi tahun anggaran 2016-2018 ada dimensi yang terlaksana dengan baik diantaranya (1) kejelasan, kepastian, dan kesederhaan peraturan perundang-undangan perpajakan; (2) sistem administrasi perpajakan yang tepat; (3) pelayanan; dan (4) kualitas petugas pajak. Sedangkan dimensi yang sudah terlaksana namun belum optimal diantaranya kebijakan pemerintah dalam mengimplementasikan undang-undang perpajakan; dan kesadaran dan pemahaman warga negara. Hambatan dalam penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi diantaranya keterbatasan sumber daya manusia, terutama dalam hal pemeriksaan belum mempunyai juru sita, dan banyak vendor yang memasang reklame melebihi jumlah reklame yang didaftarkan. Upaya Bappenda Kota Cimahi dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame yaitu meningkatkan kualitas petugas pajak, intensifikasi dan ekstensifikasi pajak, pemeriksaan pajak, membuka layanan pajak tidak manual, dan operasi sisir pajak.

Kata Kunci: Penerimaan Pajak Reklame, Pajak Reklame, Pemeriksaan Pajak

ABSTRACTS

Lusianawati, 1158010153: “Advertising Tax Revenue in Cimahi City Fiscal Year 2016-2018”.

Regional tax is the potential of each region to optimize local revenue, this applies to every province, district / city in Indonesia including Cimahi City. Cimahi City seeks to optimize local tax revenues, one of which is advertisement tax receipts. Cimahi City as the center of government as well as an industrial city, the prospect of advertisement tax is quite potential for the future. But in reality advertisement tax receipts did not reach the target even though the number of billboards and the number of taxpayers increased.

This study aims to determine advertisement tax receipts in the City of Cimahi, to find out the obstacles in advertisement tax receipts in the Regional Revenue Management Agency of the City of Cimahi, and to know the efforts of the Cimahi City Regional Revenue Management Agency in increasing advertisement tax revenues in Cimahi City.

The theory used in this study is the theory of tax revenue from Siti Kurnia Rahayu (2013: 27-29) which has six dimensions, including (1) clarity, certainty, and simplicity of tax legislation; (2) government policies in implementing tax laws; (3) proper tax administration system; (4) service; (5) citizen awareness and understanding; and (6) the quality of tax officials.

This research uses qualitative research methods, is research about research that is descriptive and tends to use analysis. In this case, it describes the advertisement tax revenue in Cimahi City.

Based on the results of the study, it can be concluded that the receipt of advertisement tax in Cimahi City in the 2016-2018 fiscal year there are dimensions that are well implemented including (1) clarity, certainty, and simplicity of tax legislation; (2) proper tax administration system; (3) service; and (4) quality of tax officers. While the dimensions that have been implemented but not yet optimal include government policies in implementing tax laws; and awareness and understanding of citizens. Barriers to receipt of advertisement tax in Cimahi City include limited human resources, especially in the case that the inspection does not have a bailiff, and many vendors who install billboards exceed the number of advertisements that are registered. The efforts of the Cimahi City Bappenda in increasing advertisement tax revenue are improving the quality of tax officials, tax intensification and extensification, tax audits, opening non-manual tax services, and combing tax operations.

Keywords: *Advertisement Tax Receipt, Advertisement Tax, Tax Audit*