

ABSTRAK

Ratih Septy Firmansyah “Analisis Target Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BPPD) Kota Bandung Tahun 2011-2017”

Pajak reklame menjadi salah satu target penerimaan pajak daerah di kota Bandung. Reklame merupakan media promosi yang banyak dipilih oleh para pengusaha untuk memperkenalkan produknya. Namun demikian, banyaknya jumlah reklame yang ada di kota Bandung berbanding terbalik dengan penerimaan pajak reklame yang diperolehnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana target penerimaan pajak reklame di kota Bandung, faktor pendukung dan penghambat pencapaian target penerimaan pajak reklame, dan upaya untuk mengatasi masalah tersebut.

Penulis menggunakan teori karakteristik yang dimiliki oleh target dari Ulber Silalahi (2011:162). Teori ini mengatakan bahwa dalam memahami karakteristik yang dimiliki oleh target atau sasaran yang efektif yaitu spesifik dan dapat dimengerti (*specific and understandable*), dapat diukur (*measurable*), kerangka waktu tertentu (*given a time frame*), singkat (*concise*), standar (*standard*), realistis (*realistic*), fleksibel (*flexible*), dan dapat diterima (*acceptable*).

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Informan pada penelitian ini adalah Kepala Fungsional Umum Pajak Reklame BPPD kota Bandung, dan Kepala Seksi Perencanaan Pajak Daerah BPPD kota Bandung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BPPD kota Bandung dalam menetapkan target penerimaan pajak reklame tidak sesuai dengan potensi yang ada, target dibuat tinggi karena tidak didasarkan pada potensi objek pajak yang valid. Faktor penghambat penerimaan pajak reklame berada pada tata kelola reklame yang masih carut marut, maraknya reklame ilegal serta kurangnya kesadaran masyarakat. Upaya yang dilakukan adalah dengan melaksanakan sosialisasi kepada masyarakat melalui media elektronik dan cetak. Selain itu, dilakukan secara tatap muka dengan wajib pajak reklame, penyempurnaan sistem pemungutan, serta memberikan pelayanan yang prima yang mudah dan cepat.

Kata Kunci: Target Penerimaan, Pajak Reklame, Administrasi Perpajakan.

ABSTRACT

Ratih Septy Firmansyah "Analysis of Advertisement Tax Revenue Targets at Regional Revenue Management Agency (BBPD) of Bandung 2011-2017"

Billboard tax is one of the local tax revenue targets in the city of Bandung. Billboards are the promotional media that many entrepreneurs choose to introduce their products. However, the large number of billboards in the city of Bandung is inversely proportional to the advertisement tax revenue it receives. This study aims to find out how the target of advertisement tax revenue in the city of Bandung, supporting and inhibiting factors in achieving the advertisement tax revenue target, and efforts to overcome the problem.

The author uses the theory of characteristics possessed by an effective target from Ulber Silalahi. This theory says where to understand the characteristics possessed by an effective target or target that is specific and understandable, measurable, given a time frame, concise, standard, realistic, flexible, and acceptable.

The research method uses a qualitative approach to the type of descriptive research. Data collected through interview, observation, and study documentation. The informants in this study are Head of Advertising Tax General Fungtional in BBPD Bandung and Head of Planning Regional Tax Section in BBPD Bandung.

The results showed that the Bandung City BBPD in setting the tax revenue target was not in accordance with the existing potential, the target was made high because it was not in accordance with the potential for valid tax objects. The inhibiting factors of the advertisement tax revenue remain on the admirable governance of the advert, the rampant illegal advertisement and the improvement of public awareness. The effort taken is to carry out socialization to the public through electronic and print media. In addition, it is conducted face-to-face with the taxpayers of the billboards, perfecting the collection system, and providing excellent, fast and easy service.

Keywords: revenue Target, Advertisement Tax, Tax Administration.