

ABSTRAK

Radella Anisa, 1178010186, Efektivitas Kontribusi Pajak Reklame Sebagai Pendapatan Asli Daerah

Fenomena yang terjadi pada penelitian awal adalah laporan realisasi pajak reklame yang masih fluktuatif dimana hal tersebut disebabkan oleh penerimaan pajak reklame yang belum maksimal dan persentase dari penerimaan tidak mencapai target yang direncanakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat efektivitas dan kontribusi serta faktor penghambat dan pendukung pajak reklame sebagai pendapatan asli daerah periode 2015-2020.

Teori yang digunakan adalah teori dari Duncan, dimensinya yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi.

Metode yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Hasil penelitian dan pembahasan bahwa penerimaan pajak reklame selama periode 2015-2020 yaitu belum efektif dan kontribusi penerimaan pajak reklame sebagai pendapatan asli daerah dapat dikatakan berkontribusi. Belum efektifnya penerimaan pajak reklame di Kota Bekasi disebabkan oleh kurang maksimal dalam pengelolaannya dan masih banyak reklame tak berizin sehingga tidak maksimal dalam penerimaannya. Selain itu, ada hal-hal yang menjadi pendukung peningkatan pajak reklame yaitu terdapat wilayah potensi reklame baru juga pemerintah berperan aktif dalam pembuatan pos pelayanan pajak reklame di daerah potensi tersebut.

Kata Kunci: Administrasi Publik, Pajak Reklame

ABSTRACT

Radella Anisa, 1178010186, Effectiveness Contribution of Reclame Tax as Local-Generated Revenue in Bekasi City

A phenomenon that has emerged from the initial study is the fluctuating reclame tax reports caused by the inability to attain the maximum amount of reclame tax revenue and the percentage of it that has not yet reached the arranged target.

The objective of this study is to determine the level of effectiveness and contribution, along with the supporting and inhibiting variables, of the reclame tax as the locally-generated revenue in the period of 2015–2020.

The relevant theory adopted for this study is the Duncan theory. The attainment of objectives, integrations, and adaptations are the dimensions it encompasses.

The results of this study indicate that the reclame tax revenue for the period of 2015–2020 is ineffective, despite the fact that it has made a contribution to the locally-generated revenue. The ineffectivity that has been arising from the reclame tax revenue in Bekasi is caused by the lack of maximum management and the large number of illegal advertisements. There are supporting variables for the enhancement of the tax revenue regardless, which is the existence of a potential area for new reclames and the active participation of the government in the construction of reclame tax service stations within the said potential area

Keyword : Public Administration, Reclame Tax