

ABSTRAKS

Dina Maulaeni: “Pengaruh Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung”.

Pendapatan Asli Daerah merupakan semua penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Berdasarkan UU No. 28 Tahun 2009 Pajak Daerah dibagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah pajak reklame. Pemasangan pajak reklame di Kota Bandung memiliki potensi yang sangat tinggi, sehingga mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah. Tetapi pada kenyataannya masih belum optimal, hal ini dapat dilihat dari realisasi penerimaan pajak reklame periode waktu tahun 2012-2016 yang bersifat fluktuatif. Penyebab tersebut mengindikasikan asumsi bahwa adanya pelaksanaan pemungutan pajak reklame yang belum berjalan dengan baik di Kota Bandung. Fenomena tersebut dikarenakan kurangnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya, kemudian adanya pembatasan kebijakan dalam peletakkan reklame dan ditemukannya reklame yang dipasang tanpa memiliki izin.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara efektivitas pemungutan pajak reklame terhadap penerimaan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

Metode yang digunakan penulis yaitu metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan pegawai Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung berjumlah 40 orang. Teknik sampling menggunakan sampling jenuh. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket. Teknik pengolahan data menggunakan regresi dan korelasi menggunakan program SPSS versi 20.0.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori Agus Dharma (2013:13) yang mengemukakan ada tiga dimensi. Efektivitas pemungutan pajak reklame yaitu tepat waktu, tepat kualitas dan tepat kuantitas. Sedangkan untuk penerimaan pajak menggunakan teori dari Siti Kurnia Rahayu (2013:27) yang mengemukakan 6 dimensi kemudian dipangkas oleh penulis menjadi 4 dimensi yang diantaranya, yaitu kebijakan pemerintah dalam mengimplementasikan UU perpajakan; tingkat intelektual masyarakat; kualitas petugas pajak serta sistem administrasi perpajakan yang tepat.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti pengujian secara persial (uji t) di peroleh t hitung > t tabel ($17,200 > 2,024$) dapat di simpulkan bahwa H_0 ditolak. Artinya efektivitas pemungutan pajak reklame berpengaruh terhadap penerimaan pajak reklame. Dari hasil analisis determinasi di peroleh R squer sebesar 0,886 atau 88,6% yang memiliki nilai cukup tinggi sedangkan sisanya 11,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti oleh penulis.

Kata Kunci: Efektivitas Pemungutan dan Penerimaan Pajak

ABSTRACT

Dina Maulaeni: "The Effect of the Effectiveness of advertisement bill collecting on advertisement tax advertisement at Bandung Regional Income Management Board".

The Original Revenue shall be all revenue received by the region from sources within its own territory levied according to the local regulations in accordance with the prevailing laws and regulations. Based on Law no. 28 of 2009 on local taxes and user charges, that the Regional Tax is divided into several types, one of which is a billboard tax. Installation of advertisement tax in Bandung has a very high potential, so as to increase the Original Revenue. But in reality still not optimal, this can be seen from the realization of advertisement tax revenues period of 2012-2016 period that is fluctuating. The cause indicates the assumption that the implementation of tax collection billboards that have not run well in the city of Bandung. The phenomenon is due to the lack of awareness of taxpayers in fulfilling their obligations, then the limitation of policy in laying billboards and the invention of advertisements installed without permission.

The purpose of this study to determine how big the influence between the effectiveness of tax billings on advertisement tax revenues at the Regional Revenue Management Agency of Bandung.

The method used by the writer is associative research method with quantitative approach. The population in this study is an employee of Regional Revenue Management Board of Bandung amounted to 40 people. The sampling technique uses saturated sampling. Data collection techniques using questionnaires. Data processing technique using regression and correlation using SPSS program version 20.0.

The theory used in this research is using the theory of Agus Dharma (2013: 13) which suggests there are three dimensions. The effectiveness of advertisement tax collecting is timely, precise quality and exact quantity. As for the tax revenue using the theory of Siti Kurnia Rahayu (2013: 27) which suggests 6 dimensions and then pruned by the author into 4 dimensions, among others: the government policy in implementig the taxlaw; the intellectual level of society; the quality of the tax officers and the administration system of taxation.

Based on the results of data processing conducted by researchers testing in a persial (t test) in proda $t_{count} > t_{table}$ (17,200 > 2,024) can be concluded that H_0 is rejected. This means that the effectiveness of tax billings affect the advertisement tax revenue. From the results of determination analysis in the pro r squer of 0.886 or 88.6% which has a high enough value while the remaining 11.4% influenced by other variables that are not in carefully by the author.

Keywords: Effectiveness of Collection and Tax Receipts.