

ABSTRAK

ANALISIS EFEKTIVITAS PAJAK REKLAME TERHADAP REALISASI PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KABUPATEN MADIUN MASA PAJAK 2016-2020

Oleh:

Dinda Ayu Prameswara

193209033

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan yang bersumber dari pemungutan pajak salah satunya adalah Pajak Reklame. Pajak Reklame di Kabupaten Madiun mengalami peningkatan dan penurunan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Penurunan tersebut diakibatkan beberapa hal antaranya *lost* potensi Pajak Reklame, dan adanya Wajib Pajak yang tidak membayar atau terlambat membayar iuran pajak. Tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektivitas antara realisasi penerimaan dengan target penerimaan Pajak Reklame dan kontribusinya terhadap PAD di Kabupaten Madiun masa pajak 2016-2020 dengan cara menghitung menggunakan rumus analisis efektivitas dan tingkat kontribusi. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah, realisasi penerimaan Pajak Reklame, target penerimaan Pajak Reklame, Realisasi Pendapatan Asli Daerah. Manfaat kegiatan penelitian ini adalah, sebagai sarana evaluasi bagi BAPENDA khususnya terkait Pajak Reklame. Hasil dalam penelitian ini adalah Efektivitas penerimaan Pajak Reklame terhadap realisasi penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Madiun masa pajak 2016 dinilai sudah “Cukup Efektif”. Sedangkan pada masa pajak 2017-2020 dinyatakan “Sangat Efektif” karena tingkat persentase melebihi 100%. Tingkat kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Madiun masa pajak 2016-2020 secara keseluruhan masih dalam taraf “Sangat Kurang” dikarenakan tingkat persentasenya berkisar antara 0,00%-10%.

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

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING TAX ON THE REALIZATION OF ADVERTISING TAX REVENUE IN MADIUN REGENCY FOR THE 2016-2020 TAX PERIOD

By:

Dinda Ayu Prameswara

193209033

Regional Original Income derived from tax collection, one of which is the Advertising Tax. Advertising tax in Madiun Regency has increased and decreased in the last 5 years. The decrease was due to several things, including the lost potential for Advertising Tax, and the existence of taxpayers who did not pay or were late in paying tax contributions. The purpose of this research activity is to determine the level of effectiveness between the realization of revenue with the advertising tax revenue target and its contribution to Regional Original Income in Madiun Regency for the 2016-2020 tax period by calculating using the effectiveness analysis formula and contribution rate. The method used in this research is a quantitative method. The analytical tools used in this research are the realization of Advertising Tax revenue, the target of Advertising Tax revenue, the Realization of Regional Original Revenue. The benefit of this research activity is, as a means of evaluation for Regional Revenue Office, especially regarding the Advertising Tax. The results in this study are the effectiveness of Advertising Tax receipts on the realization of Advertising Tax receipts in Madiun Regency for the 2016 tax period, which is considered "Quite Effective ". Meanwhile, during the 2017-2020 tax period, it was declared "Very Effective" because the percentage rate exceeded 100%. The level of the Advertising Tax contribution to Regional Original Income in Madiun Regency for the 2016-2020 tax period is still at the "Very Less" level because the percentage rate ranges from 0.00%-10%.

Keywords: *Tax, Local Revenue, Local Tax, Advertising Tax, Effectiveness*