

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PAJAK DAERAH

Studi Kasus di Pemerintah Kabupaten Sleman
Tahun 2005-2009

Novia Retno Sulistyowati

NIM: 06 2114 127

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2011

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah di Kabupaten Sleman dari tahun 2005-2009, (2) Pengelolaan Pajak Reklame di Kabupaten Sleman sudah efisien, (3) Penyebab kenaikan atau penurunan Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kontribusi, analisis efisiensi, dan metode kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kontribusi pajak Reklame terhadap Pajak Daerah dari tahun ke tahun menunjukkan, tahun 2005 sebesar 11,41%; Pada tahun 2006 sebesar 11,72%; Untuk tahun 2007 sebesar 9,45%; Untuk tahun 2008 sebesar 13,35%; Sedangkan tahun 2009 sebesar 12,70%. Tingkat efisiensi Pajak Reklame dari tahun ke tahun di Kabupaten Sleman sudah efisien karena tingkat efisiensinya kurang dari 100%; Untuk tahun 2005 adalah 9,0%; Pada tahun 2006 adalah 7,7%; untuk tahun 2007 adalah 10,0 %; untuk tahun 2008 adalah 5,4%; Sedangkan tahun 2009 adalah 6,0%.

Penyebab kenaikan Pajak Reklame adalah bertambahnya jumlah pemasang reklame, adanya penertiban lokasi reklame untuk memberi kesempatan Wajib Pajak lain untuk memasang reklame, dan kenaikan biaya pemungutan reklame. Penyebab penurunan Pajak Reklame adalah berkurangnya jumlah pemasang reklame dan penertiban reklame yang tidak berijin yang disebabkan karena Wajib pajak tidak membayar Pajak Reklame.

Upaya-upaya yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman terkait dengan penyebab penurunan Pajak Reklame terhadap Pajak daerah antara lain, (1) Meningkatkan penertiban reklame yang sudah jatuh tempo untuk memberikan kesempatan kepada Wajib pajak lain yang akan memasang reklame, (2) Menambah titik-titik lokasi pemasangan reklame untuk meningkatkan penerimaan pendapatan dari Pajak Reklame, (3) Memperketat pengawasan pada kinerja aparat pemungut Pajak Reklame agar aparat pemerintah bekerja secara maksimal.

ABSTRACT

**Advertisement Tax CONTRIBUTION TO REGIONAL TAX
A Case Study in Sleman Regency Government
Years 2005 - 2009**

**Novia Retno Sulistyowati
NIM : 06 2114 127
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2011**

The purposes of this study were to know (1) The of advertisement tax to regional in Sleman regency from the years 2005-2009, (2) Whether the advertisement in Sleman regency was efficient, (3) The cause of the increase or decrease of Management advertisement tax to regional tax.

This research was a case study. The data obtained by conducting interviews and documentation. The data analysis techniques used were the contribution analysis, efficiency analysis, and qualitative methods.

The results showed that (1) The contribution of advertisement tax to regional tax from year to year showed that in 2005 was 11.41%; in 2006 was 11.72%; in 2007 was 9.45%; in 2008 was 13.35%, was 12.70%. The advertisement tax efficiency levels from year to year in Sleman regency was efficient because the efficiency level was less than 100%; for the year 2005, it was 9.0%; in 2006 was 7.7%; in 2007 was 10.0; in 2008 was 5.4%; in 2009 was 6.0%.

The causes of tax increases were the growing number of advertisers advertising billboards, the control of the location of billboards to give another taxpayers the opportunity to install the billboards, and increased coast of collecting advertisements. The causes of tax decrease were the decline in the number of advertisers advertising billboards and control for non licensed billboards because of no payment for advertisement tax from the taxpayers.

The efforts already undertaken by the Government of Sleman regency relating to the causes of ductile of advertisement tax to regional tax among others, (1) Improving the control of due date billboards to provide the opportunity for other taxpayers who will put up billboards, (2) Adding billboard installation location points to increase tax revenue from advertisement tax, (3) tightening the control on the performance of tax collector apparatus so that the government officials worked optimally.