

ABSTRAK

NUR FADHILATHUL ANNISA, TAHUN 2022. Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bantaeng Pada Tahun 2019-2021. Karya Tulis Ilmiah (KTI), Program Studi D-III Perpajakan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh pembimbing I Andi Rustam dan pembimbing II Muhammad Adil

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Bantaeng pada tahun 2019-2021. Jenis Penelitian yang dilakukan dengan deskriptif kualitatif. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder dengan menggunakan tehnik pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame di Kabupaten Bantaeng masih kurang efektif disebabkan karena faktor lokasi atau tempat pemasangan reklame yang masih sedikit di Kabupaten Bantaeng sehingga banyak wajib pajak memilih memasang reklamenya di kota-kota besar agar apa yang di promosikan dapat dilihat dan diminati oleh lebih banyak penduduk, selain itu faktor lainnya yaitu tidak sedikit wajib pajak yang lalai dalam membayar kewajibannya dalam membayar pajak reklame.

Kata Kunci: Efektivitas, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

ABSTRACT

NUR FADHILATHUL ANNISA, 2022. *The Effectiveness of Advertising Tax on Regional Original Income in Bantaeng Regency in 2019-2021.* Scientific Writing (KTI), D-III Taxation Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by supervisor I Andi Rustam and advisor II Muhammad Adil.

The purpose of this study is to find out how effective the advertisement tax is on local revenue in Bantaeng Regency in 2019-2021. This type of research was conducted with a qualitative descriptive. The data used are primary data and secondary data by using data collection techniques, namely through observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that the effectiveness of the billboard tax in Bantaeng Regency is still less effective due to the location or place of installing billboards that are still few in Bantaeng Regency so that many taxpayers choose to install their billboards in big cities so that what is being promoted can be seen and interested. by more residents, in addition to other factors, namely not a few taxpayers who are negligent in paying their obligations in paying billboard taxes.

Keywords: Effectiveness, Advertisement Tax, Locally-Generated Revenue