

ABSTRAK

Pajak Reklame merupakan salah satu jenis pajak yang khususnya dikenakan atas pemanfaatan ruang publik untuk kegiatan promosi komersial dikenakan pada iklan-iklan yang dipasang di tempat-tempat umum seperti jalan raya, bangunan komersial, atau fasilitas umum lainnya.

Permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah belum diterapkannya standar yang perlu disosialisasikan sebagai pedoman dalam penyelenggaraan reklame di wilayah Kabupaten Bandung. Selain itu, ditemukan bahwa wajib pajak sering kali tidak membayar tepat waktu, serta tidak ada laporan yang jelas terkait pemasangan reklame..

Metode penelitian yang dilakukan yaitu metode Studi Kasus dengan pendekatan kualitatif, dan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan memo, transkrip, kategorisasi data, coding menggunakan Tools Atlas.ti, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Pengawasan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah belum maksimal. Hal tersebut terjadi banyaknya pendirian reklame yang belum lapor serta belum memenuhinya sumber daya manusia.

Solusi yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut dengan adanya koordinasi yang melibatkan pemohon dengan pihak Badan Pendapatan Daerah terkait pemasangan Reklame.

ABSTRACT

Advertisement Tax is a type of tax that is specifically imposed on the use of public space for commercial promotional activities and is imposed on advertisements placed in public places such as highways, commercial buildings or other public facilities.

The problem found in this research is that standards that need to be disseminated as guidelines for implementing advertising in the Bandung Regency area have not yet been implemented. Apart from that, it was found that taxpayers often did not pay on time, and there were no clear reports regarding the installation of advertisements.

The research method used is the case study method with a qualitative approach, and data collection techniques through participant observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques using memos, transcripts, data categorization, coding using Atlas.ti tools, and drawing conclusions.

Based on the research results, supervision of advertisement tax at the Regional Revenue Agency is not optimal. This is the case with many advertising establishments that have not been reported and that human resources have not been met.

The solution to overcome these obstacles is coordination involving the applicant and the Regional Revenue Agency regarding the installation of advertisements.

RINGKESAN

Pajak Iklan nyaéta jenis pajeg anu diwajibkeun husus pikeun pamakéan rohangan publik pikeun kagiatan promosi komérsial sarta ditagihkeun kana iklan dipasang di tempat umum kayaning jalan raya, wangunan komérsial atawa fasilitas umum lianna.

Masalah anu kapanggih dina ieu panalungtikan nya éta standar-standar anu kudu disosialisasikeun minangka padoman palaksanaan iklan di wewengkon Kabupatén Bandung tacan dilaksanakeun. Sajaba ti éta, kapanggih yén pembayar pajeg mindeng teu mayar on waktos, sarta teu aya laporan jelas ngeunaan pamasangan iklan.

Métode panalungtikan anu digunakeun nya éta métode Studi Kasus kalawan pendekatan kualitatif, jeung téhnik ngumpulkeun data ngaliwatan observasi partisipan, wawancara mendalam jeung dokuméntasi. Téhnik analisis data ngagunakeun mémo, transkrip, kategorisasi data, coding ngagunakeun alat Atlas.ti, jeung nyieun kacindekan.

Dumasar kana hasil panalungtikan, pangawasan pajeg iklan di Badan Pendapatan Daerah teu acan optimal. Ieu kasus sareng seueur lembaga pariwisata anu teu acan dilaporkeun sareng sumber daya manusia anu teu acan kapendak.

Solusi pikeun ngungkulan éta kendala nyaéta koordinasi anu ngalibetkeun pelamar sareng Badan Pajak Daérah ngeunaan pamasangan iklan.