

## ABSTRAK

Citra Ningrum. 2024. Optimalisasi Pemungutan Pajak Reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun. Tugas Akhir. Program Studi D3 Manajemen Pajak, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN. Dosen Pembimbing (I) Nik Amah, S.E., M.Si., CTT., CSRS dan Dosen Pembimbing (II) Erma Wulan Sari, S.Pd., M.Ak.

Pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan daerah yang sangat potensial di Kabupaten Madiun. Tujuan dari penelitian adalah, untuk mengetahui bagaimana optimalisasi pemungutan pajak reklame dan mengetahui kendala yang dihadapi serta meminimalisir kendala tersebut yang terjadi di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun. Metode analisis yang digunakan pada penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan data primer dan sekunder, yang diperoleh dari hasil teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, optimalisasi pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Madiun relatif sangat optimal, dikarenakan realisasi penerimaan pajak reklame melebihi target yang telah ditetapkan. Tetapi, masih ada mutasi piutang yang tinggi dikarenakan adanya tunggakan pembayaran pajak reklame yang belum tertagih, akibat dari wajib pajak reklame yang kurang patuh dalam pembayaran pajaknya, dan terdapat keterbatasan Sumber Daya Manusia yang menyebabkan upaya penagihan pajak reklame belum maksimal berdampak negatif terhadap pendapatan pajak reklame. Diperlukan peningkatan pengelolaan sistem informasi dan teknologi dengan cara mengimplementasikan sistem informasi yang terintegrasi untuk memantau dan mengelola data piutang pajak reklame secara *real-time*, serta penambahan SDM yang kompeten untuk meminimalisir kendala tersebut. Pihak BAPENDA Kabupaten Madiun dapat memberikan sosialisasi untuk meningkatkan pengetahuan pentingnya pajak reklame kepada para pemilik reklame dan masyarakat umum dalam bentuk seminar dan *workshop*. Selain itu, dapat juga memanfaatkan *event* atau acara lokal dengan membuka *stan* informasi di acara besar, seperti pasar malam dan festival atau pameran untuk menyebarkan informasi dan menjawab pertanyaan masyarakat.

**Kata kunci:** Optimalisasi, Pemungutan Pajak Reklame, Pajak Reklame, dan Wajib Pajak Reklame.

## ABSTRACT

Citra Ningrum. 2024. Optimization of Advertising Tax Collection in Madiun District Revenue Agency. Final Assignment. Tax Management D3 Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI MADIUN UNIVERSITY. Supervisor Lecturer (I) Nik Amah, S.E., M.Si., CTT., CSRS and Supervisor Lecturer (II) Erma Wulan Sari, S.Pd., M.Ak.

Advertisement tax is a very potential source of regional revenue in Madiun Regency. The aim of this research is to find out how to optimize advertising tax collection and to find out the obstacles faced and to minimize these obstacles that occur at the Regional Revenue Agency of Madiun Regency. The analytical method used in this research is descriptive qualitative with primary and secondary data, obtained from the results of data collection techniques through observation, interviews, literature study and documentation. The results of this research show that the optimization of advertising tax collection at the Regional Revenue Agency of Madiun Regency is relatively optimal, because the realization of advertising tax revenue exceeds the target that has been set. However, there is still a high mutation in receivables due to uncollected arrears in advertising tax payments, as a result of advertising taxpayers who are less compliant in paying their taxes. Apart from that, there are limited human resources which cause advertising tax collection efforts to not be optimal, which has a negative impact on advertising tax revenue. So it is necessary to improve the management of information systems and technology by implementing an integrated information system to monitor and manage advertising tax receivable data in an integrated manner. *real-time*, as well as the addition of competent human resources to minimize these obstacles.

On the other hand, BAPENDA Madiun Regency can provide outreach to increase knowledge of the importance of advertisement tax to advertisement owners and the general public in the form of seminars and *workshop*. Apart from that, you can also take advantage of *event* or local events by opening *stan* information at major events, such as night markets and festivals or exhibitions to disseminate information and answer public questions.

**Keywords:** Optimization, Collection of Advertisement Tax, Advertisement Tax, and Advertisement Taxpayers.