

## Strategi peningkatan penerimaan pajak reklame di Kota Depok = Strategy of improvement on advertising tax revenue in Depok

Mohamad Luhur Hambali, examiner

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20457304&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Kota Depok merupakan salah satu kota penyangga ibukota yang secara nyata memiliki penyelenggaraan reklame yang banyak, yakni lebih dari 5000 wajib pajak reklame, yang seharusnya bisa menjadi potensi penerimaan daerah yang cukup signifikan. Tetapi kenyataannya, rata-rata pertumbuhan penerimaan pajak reklame dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, hanya menempati urutan dua terbawah. Oleh sebab itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Kota Depok di dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa DPPKAD Kota Depok melakukan sebelas strategi peningkatan penerimaan, serta terdapat satu faktor internal, dan lima faktor eksternal bagi DPPKAD Kota Depok di dalam melakukan pemungutan pajak reklame.

*Depok is one of the commuter city, which has many organized advertisement with more than 5000 advertising tax payer, that should become significant potential own source revenue. But in fact, the average of Depok advertising tax revenue improvement, within last 5 years, occupied on the second position from the bottom. With this case, this research goal is to analyze the strategy of improvement on advertising tax Revenue in Depok which did by Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Depok. Using qualitative data collection techniques by in-depth interviews and literature studies, this research made conclusion that DPPKAD did eleven improvement strategies, with one internal factor, and five external factors which related to DPPKAD on assessing advertising tax.*