

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DAN PAJAK HOTEL TERHADAP PAJAK DAERAH DI KABUPATEN TIMOR TENGAH UTARA.**

Penerapan otonomi daerah di Indonesia memberikan kewenangan yang besar kepada pemerintah daerah untuk menggali potensi keuangan secara mandiri. Salah satu komponen utama keuangan daerah adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang bersumber dari pajak daerah. Pajak reklame dan pajak hotel merupakan dua jenis pajak yang dikelola oleh pemerintah kabupaten/kota dan berpotensi signifikan dalam mendukung penerimaan PAD. Kabupaten Timor Tengah Utara (TTU) sebagai salah satu daerah di Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki potensi dari sektor periklanan dan jasa akomodasi yang dapat dioptimalkan. Namun, data menunjukkan bahwa kontribusi dan efektivitas kedua pajak tersebut terhadap pajak daerah masih tergolong rendah dan cenderung mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas pemungutan pajak reklame dan pajak hotel, serta kontribusinya terhadap total pajak daerah di Kabupaten TTU selama periode 2018 hingga 2023. Rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada dua aspek utama, yaitu: (1) bagaimana efektivitas pajak reklame dan pajak hotel, dan (2) bagaimana kontribusi keduanya terhadap penerimaan pajak daerah. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah Kabupaten TTU. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis rasio, yaitu rasio efektivitas dan rasio kontribusi. Efektivitas diukur dengan membandingkan antara realisasi penerimaan dengan target yang ditetapkan setiap tahunnya, sedangkan kontribusi diukur dengan membandingkan antara realisasi penerimaan jenis pajak tertentu dengan total realisasi pajak daerah. Data yang digunakan mencakup tahun 2018 sampai 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame dan pajak hotel mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pajak reklame menunjukkan efektivitas sangat tinggi pada tahun 2018 hingga 2021, namun mengalami penurunan drastis pada tahun 2022 dan 2023. Pada tahun 2023, efektivitas pajak reklame hanya mencapai 26,81%, yang termasuk dalam kategori tidak efektif. Demikian pula dengan pajak hotel yang pada awalnya tergolong efektif, namun menurun tajam pada dua tahun terakhir menjadi hanya 26,25% pada tahun 2023. Penurunan

ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara target yang ditetapkan dengan kondisi riil di lapangan, serta kemungkinan lemahnya sistem pemungutan dan pengawasan. Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah secara umum tergolong sangat kecil (<20%), dengan angka tertinggi hanya mencapai sekitar 7,49% pada tahun 2018 dan paling rendah 1,68% pada 2023. Sementara itu, kontribusi pajak hotel berada pada kategori sedang (20–39%), dengan kontribusi tertinggi pada tahun 2019 sebesar 36,71% dan terendah pada tahun 2023 sebesar 14,47%. Data ini mengindikasikan bahwa kedua jenis pajak belum memberikan sumbangan yang optimal terhadap total penerimaan pajak daerah, meskipun memiliki potensi yang cukup besar. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa efektivitas dan kontribusi pajak reklame dan pajak hotel di Kabupaten Timor Tengah Utara masih belum optimal. Hal ini menunjukkan perlunya upaya lebih lanjut dari pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan dari kedua sektor tersebut. Beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain peningkatan kepatuhan wajib pajak, perbaikan sistem pendataan dan pengawasan, pemanfaatan teknologi informasi dalam pemungutan pajak, serta penetapan target yang lebih realistik dan berbasis pada potensi aktual. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya penguatan tata kelola perpajakan daerah, khususnya dalam hal kebijakan penetapan target, intensifikasi dan ekstensifikasi pajak, serta penguatan peran Badan Pendapatan Daerah dalam melakukan edukasi, sosialisasi, dan pengawasan kepada wajib pajak. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dalam menyusun strategi peningkatan PAD secara berkelanjutan, serta bagi peneliti lain dalam mengembangkan studi di bidang keuangan daerah dan perpajakan.

**Kata kunci:** Rasio Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame dan Hotel Terhadap Pajak Daerah.