

ABSTRAK

Pemerintah daerah berusaha meningkatkan pendapatan daerah dengan cara memungut pajak daerah. Salah satu dari sekian banyak pajak yang dipungut adalah pajak reklame. Sebagai salah satu sumber pendapatan, pendapatan dari sektor reklame tidak bisa dianggap enteng. Selain jumlahnya yang cukup signifikan, peningkatannya dari tahun ke tahun tidak bisa diabaikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pajak reklame di Kota Bandung dan peranan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Penelitian berlokasi di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung yang beralamat Jl. Wastukencana No. 2.

Penerapan pajak reklame di Kota Bandung dilandasi oleh Perda No. 08 Tahun 2003. Objek pajak umumnya adalah semua media untuk bereklame, subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame, dan wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Besarnya pajak reklame yang dibayar tergantung dari harga dasar ukuran reklame dan harga dasar ketinggian atau biasa disebut dengan NJOR. Rata-rata besarnya pajak reklame selama periode 2002-2006 adalah sebesar Rp.13.261.884.479,- dengan rata-rata pertumbuhan pertahunnya adalah sebesar 24,94%. Peranan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah selama periode 2002-2006 mempunyai rata-rata sebesar 3,48%, artinya 3,48% PAD Kota Bandung berasal dari pajak reklame.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
1.5 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Definisi Pajak.....	7
2.2 Fungsi Pajak.....	10
2.3 Perbedaan Pajak, Retribusi, dan Sumbangan.....	12
2.4 Penggolongan Pajak.....	13
2.5 Azas Pemungutan Pajak.....	21

2.6	Cara Pemungutan Pajak.....	23
2.7	Sumber Pendapatan Pemerintah.....	24
2.8	Pajak Reklame.....	28
2.8.1	Objek dan Subjek Pajak.....	28
2.8.2	Dasar Pengenaan, Tarif, dan Cara Perhitungan Pajak.....	29
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Objek Penelitian.....	31
3.1.1	Sejarah Singkat Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung.....	31
3.1.2	Kedudukan, Tugas Pokok, dan Fungsi Dinas.....	33
3.1.2.1	Kedudukan Dinas.....	33
3.1.2.2	Tugas Pokok Dinas.....	33
3.1.2.3	Fungsi Dinas.....	34
3.1.3	Visi dan Misi Dipenda Kota Bandung.....	34
3.1.4	Tujuan dan Sasaran.....	36
3.1.4.1	Tujuan.....	36
3.1.4.2	Sasaran.....	37
3.1.5	Cara Pencapaian Tujuan dan Sasaran.....	38
3.1.6	Struktur Organisasi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung.....	40
3.2	Metode Penelitian.....	42
3.2.1	Metode yang Digunakan.....	42
3.2.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Penerapan Pajak Reklame di Kota Bandung.....	44
4.2 Peranan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah..	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran.....	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Nilai Sewa Reklame.....	47
Tabel 4.2	Pajak Reklame 2002-2006.....	48
Tabel 4.3	PAD Kota Bandung Periode 2002-2006.....	50
Tabel 4.4	Perbandingan PAD Kota Bandung dan Pajak Reklame Periode 2002-2006.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Struktur Organisasi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung.....	42
Gambar 4.1	Grafik Target dan Realisasi Pajak Reklame.....	49
Gambar 4.2	Grafik PAD Kota Bandung.....	51