

ABSTRACT

One of the district tax's components is advertising tax. Nowadays, in the open market policy, the businessman is demanded to develop business strategies in order to keep the existence of the company and make it grows bigger and greater. One of the business strategies is expanding the target market to introduce and sell their products. In the other words, the businessman must increase their promotion activities. Advertisement (billboards) is one example of the promotion media. The more company used advertisement (billboards), the more advertising tax collected and it will increase the local tax revenue. The aim of this research is to find out the effect of the advertisement tax collection in the local tax revenue, especially in Bandung. This research uses the causal hypothesis test method and quantitative with simple regression analysis method. The data are collected from the reports of advertisement tax and local tax revenue of Bandung from 2008 – 2012. The data are analyzed using simple regression analysis method which is first must fulfill assumption classic test, like outliers test, normality test, and autocorrelation test. The conclusion of this research shows that there are some significant effects caused by advertisement tax in the local tax revenue.

Key words: Advertisement Tax, and Local Tax Revenue

ABSTRAK

Salah satu komponen pajak daerah adalah pajak reklame. Perdagangan bebas saat ini menuntut pengusaha untuk selalu mengembangkan strategi agar perusahaan dapat terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Salah satu strategi yang dilakukan oleh pengusaha adalah dengan memperluas pangsa pasar untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya ke masyarakat luas. Dengan kata lain perusahaan harus meningkatkan kegiatan promosinya. Salah satu media untuk promosi adalah melalui media periklanan (reklame). Semakin banyak perusahaan yang menggunakan media periklanan (reklame) maka semakin besar pemungutan pajak reklame dan penerimaan pajak daerah pun akan meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemungutan pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah, khususnya di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode pengujian hipotesis kausal dan kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Data diambil dari laporan penerimaan pajak reklame dan pajak daerah Kota Bandung dari tahun 2008 – 2012. Data dianalisis menggunakan analisis regresi sederhana yang terlebih dahulu harus memenuhi uji asumsi klasik, yaitu uji *outliers*, uji normalitas, dan uji autokorelasi. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pajak reklame memiliki pengaruh secara signifikan terhadap penerimaan pajak daerah.

Kata-kata kunci: Pajak reklame dan Penerimaan Pajak Daerah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	8
2.1.1. Dasar-dasar Perpajakan	8
2.1.1.1. Pengertian Pajak	8
2.1.1.2. Fungsi Pajak	9
2.1.1.3. Syarat Pemungutan Pajak	10
2.1.1.4. Teori yang Mendukung Pemungutan Pajak	11
2.1.1.5. Hukum Pajak	13
2.1.1.6. Tata Cara Pemungutan Pajak	14
2.1.1.7. Timbulnya Utang Pajak	18
2.1.1.8. Berakhirnya Utang Pajak	18
2.1.1.9. Tarif Pajak	20
2.1.2. Pajak Pusat	21
2.1.3. Sumber-Sumber Penerimaan Daerah	23
2.1.4. Pajak Daerah	26
2.1.4.1. Pengertian Pajak Daerah	26
2.1.4.2. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Daerah	26
2.1.4.3. Jenis dan Tarif Pajak Daerah	27
2.1.4.4. Mekanisme Pemungutan Pajak Daerah	30
2.1.4.5. Cara Perhitungan Pajak Daerah	31

2.1.5. Pajak Reklame	31
2.1.5.1. Pengertian Pajak Reklame	31
2.1.5.2. Objek Pajak Reklame	32
2.1.5.3. Bukan Objek Pajak Reklame	32
2.1.5.4. Subjek dan Wajib Pajak Reklame	33
2.1.5.5. Dasar Pengenaan, Tarif, dan Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame	34
2.1.5.6. Tata Cara Pembayaran	35
2.1.5.7. Ketentuan Pidana	37
2.2. Rerangka Pemikiran	37
2.3. Pengembangan Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	41
3.1.1. Sejarah Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung	41
3.1.2. Visi dan Misi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung .	44
3.1.3. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung	46
3.1.4. Tujuan dan Sasaran Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung	47

3.1.5. Struktur Organisasi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung	48
3.2. Jenis Penelitian	50
3.3. Operasionalisasi Variabel	51
3.3.1. Variabel Independen	51
3.3.2. Variabel Dependen	51
3.4. Populasi dan Sampel	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data	52
3.6. Alat Analisis	54
3.6.1. Uji Asumsi Klasik	54
3.6.1.1. Uji <i>Outliers</i>	54
3.6.1.2. Uji Normalitas	55
3.6.1.3. Uji Autokorelasi	55
3.6.2. Analisis Regresi Sederhana	56
3.6.3. Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Mekanisme Pemungutan Pajak	62
4.1.1. Sistem Pemungutan dan Perhitungan Pajak Reklame	62
4.2. Kontribusi Pajak	63
4.3. Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah	65

4.3.1. Uji <i>Outliers</i>	65
4.3.2. Uji Normalitas	66
4.3.3. Uji Autokorelasi	68
4.3.4. Analisis Regresi Sederhana	69
4.3.5. Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	75
5.2. Keterbatasan Penelitian	76
5.3. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURICULUM VITAE</i>)	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Lapisan Penghasilan Kena Pajak	21
Tabel 2.2. Jenis dan Tarif Pajak Daerah untuk Tahun 2000 s.d. 2009	28
Tabel 2.3. Jenis dan Tarif Pajak Daerah untuk Tahun 2010	29
Tabel 4.1. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung Tahun 2008-2012 (Hasil SPSS)	63
Tabel 4.2. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung Tahun 2008-2012	64
Tabel 4.3. Hasil Pengujian Data yang Mengandung <i>Outliers</i>	65
Tabel 4.4. Hasil Pengujian <i>Outliers</i> yang Telah Terbebas dari <i>Outliers</i>	66
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Normalitas	67
Tabel 4.6. Hasil Pengujian Autokorelasi	69
Tabel 4.7. Pajak Reklame dan Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung Tahun 2008-2012	71
Tabel 4.8. Model Regresi Sederhana	72
Tabel 4.9. Hubungan antara Pajak Reklame dengan Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung Tahun 2008-2012	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Skema Rerangka Pemikiran	39
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A FORMULIR NPWPD, Pendaftaran Pajak Reklame, SKPD, STPD, SSPD
- Lampiran B HASIL UJI STATISTIK
- Lampiran C HASIL PENGUJIAN *OUTLIERS*
- Lampiran D TABEL T DAN CHI - SQUARE*
- Lampiran E SURAT PENELITIAN