

## ABSTRAK

### **Marianti Muaropah : “Potensi Pajak Reklame Dalam Penerimaan Pajak Daerah Di Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung”**

Potensi pajak reklame di Kota Bandung sebenarnya cukup besar. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pemasangan reklame yang hampir belasan ribu di kota Bandung, tapi banyaknya reklame tidak sejalan dengan penerimaan pajak reklame yang masih belum mencapai target dan mengalami penurunan penerimaan yang diakibatkan oleh adanya Rencana Umum Tata Ruang (RUTR) Kota Bandung. Dengan menurunnya potensi penerimaan pajak reklame maka kontribusinya terhadap penerimaan pajak daerah mengalami penurunan dan persentasenya kecil. Penelitian ini bertujuan mempelajari, mengetahui dan menganalisis: (1) potensi pajak reklame Kota Bandung (2) penerimaan pajak reklame Kota Bandung (3) Potensi Pajak Reklame Dalam Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan desain penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara. Pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan pajak daerah. Menurut Pasal 2 Bab 2 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Pada tahun 2013 pajak reklame di Kota Bandung memberikan kontribusi sebesar 1,5% (Rp.17.603.910.300) dalam penerimaan pajak daerah Kota Bandung, pada Tahun 2014 pajak reklame kota Bandung memberikan kontribusi sebesar 1,7% (Rp. 23.641.404.085) dalam penerimaan pajak daerah Kota Bandung dan pada tahun 2015 pajak reklame memberikan kontribusi sebesar 1,2% (18.017.052.336) dalam penerimaan pajak daerah Kota Bandung. Dalam kurun waktu 2013-2015 rata-rata pajak reklame memberikan kontribusi sebesar 1,4%.

**Kata Kunci : Potensi, Pajak Reklame, Penerimaan Pajak.**

## **ABSTRACT**

### **Marianti Muaropah : “Potensi Pajak Reklame Dalam Penerimaan Pajak Daerah Di Dinas Pelayanan Pajak Kota Bandung”**

*The potential of advertisement tax in the Bandung municipality is actually quite large. This is caused by the number of billboard installation almost tens of thousands in the Bandung municipality, but the number of billboards are not in line with the advertisement tax revenue that has not reached the target and decreased revenue caused by the General Plan Spatial Bandung. With the declining potential of advertisement tax revenues, the contribution to local tax revenues has decreased and the persistence is small. This study aims to study, know and analyze: (1) potential tax advertisement Bandung (2) tax revenue billboard Bandung (3) Potential Tax Advertisement In Local Tax Acceptance Bandung. The research method used is descriptive analysis method with qualitative research design. Data collection is done through field observation and interview. Advertising tax is one source of local tax revenue. According to Article 2 Chapter 2 of Law Number 28 Year 2009 regarding Regional Tax and Levy. In 2013, advertisement tax in Bandung contributed 1.5% (Rp.17.603.910.300) in local tax revenue of Bandung municipality,, in the year of 2014 advertisement tax of Bandung contributed 1.7% (Rp 23.64.,404.085) in Local tax revenue Bandung and in 2015 advertisement tax contributes 1.2% (18.017.052.336) in local tax revenue of Bandung municipality. Within the period of 2013-2015, the average advertisement tax contributed 1.4%*

**Keywords: Potential, Advertisement Tax, Tax Receipts.**