

Analisis Implementasi pemungutan pajak reklame di Kota Bandung = Implementation of advertisement tax in Bandung City analysis

Rully Dwi Herdiyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20482081&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini disusun untuk membahas implementasi pajak reklame di Kota Bandung. Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang menjadi penyumbang terbesar dalam Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung. Penerimaan pajak reklame dipengaruhi oleh perkembangan usaha reklame di Kota Bandung yang juga sangat baik. Namun berdasarkan data dari Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan di tahun 2016 dan penurunan yang cukup signifikan di tahun 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, bersifat deskriptif, menggunakan studi kepustakaan dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penyelenggaraan implementasi pajak reklame di Kota Bandung masih kurang maksimal. Selain itu, faktor-faktor penghambat implementasi pajak yang perlu diperhatikan adalah sistem perizinan reklame yang sulit, sistem pembayaran pajak yang masih mengalami kendala, kurangnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak, serta koordinasi antar dinas terkait, seperti BPPD, DPMPTSP dan pengusaha reklame dalam penyelenggaraan pajak reklame.

This research was compiled to discuss the implementation of advertisement tax in the city of Bandung. Advertisement tax is one of the types of local tax which is the biggest contributor to local revenue in the city of Bandung. Advertisement tax revenue is influenced by the development of advertising business in Bandung is also very good. However, based on data from Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, advertisement tax revenue has increased in 2016 and has decreased significantly di 2017. This research uses a qualitative approach, literature studies and in-depth interviews.

The results of this study presents that the implementation of advertisement tax is still not optimal. In addition, the factors that inhibit the implementation of taxes that need to be considered, such as a difficult billboard licensing system, a tax payment system that is still experiencing obstacles, a lack of public awareness to pay taxes, and coordination between related agencies in the administration of advertisement taxes.