

ANALISIS PAJAK REKLAME KOTA BANDUNG

Imam Surya Bumi¹, Nugraha², Asep Kurniawan²
Program Studi Pendidikan Akuntansi FPEB UPI
suryabumi612@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui laju pertumbuhan pajak reklame Kota Bandung, potensi penerimaan pajak reklame di Kota Bandung, dan tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan mengambil sampel laporan keuangan target dan realisasi pajak reklame Kota Bandung tahun anggaran 2009 sampai dengan 2015 pada dinas pelayanan pajak daerah Kota Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa laju pertumbuhan pajak reklame di Kota Bandung tiap tahun mengalami peningkatan rata-rata sebesar sembilan persen, untuk potensi penerimaan pajak reklame Kota Bandung pada tahun 2009 sampai dengan 2015 mempunyai nilai lebih besar dari target yang sudah ditetapkan dan realisasi yang sudah dicapai pemerintahan Kota Bandung, sedangkan tingkat efektifitas penerimaan pajak reklame Kota Bandung pada periode tahun 2009 sampai dengan 2015 menunjukkan rata-rata nilai sebesar 77 persen atau berada dalam tingkat kategori kurang efektif.

Kata kunci: *Pajak daerah, pajak reklame, kemandirian daerah*

ANALYSIS ADVERTISEMENT TAX IN BANDUNG

Imam Surya Bumi¹, Nugraha², Asep Kurniawan²
Program Studi Pendidikan Akuntansi FPEB UPI
suryabumi6212@gmail.com

ABSTRACT

The reseacrh is purposed to know the rate of growth advertisement tax in bandung, the potential of advertisement tax income in bandung, the level of effectiveness advertisemenet tax income in bandung. the research method,descriptive analytical method with collecting financial report and realization advertisement tax in bandung 2009 up to 2015 in official bandung region tax.

The result of teh reserch shows that the rate of growth advertisement tax in bandung earch year has increased by an average of nine percent, the potential of the advertisement tax income in bandung from 2009 up to 2015 higher from target set and realization from bandung city administration. Whereas, the level of effectiveness advertisement tax income in bandung the period 2009 up to 2015 shows the average of 77 percent or less effektive category level.

Keywords: *Region tax, advertisement tax, region autonom*

