

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| KATA PENGANTAR | ii |
| UCAPAN TERIMA KASIH | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian..... | 7 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Kerangka Berfikir..... | 8 |
| 1.6 Pertanyaan Penelitian..... | 12 |
| 1.7 Lokasi Penelitian | 12 |
| BAB II TINJAUAN TEORITIS | |
| 2.1 Karakteristik dan Ruang Lingkup Akuntansi | 13 |
| 2.1.1 Arti Akuntansi | 13 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2 Bidang Akuntansi | 13 |
| 2.1.3 Definisi Akuntansi Sektor Publik | 14 |
| 2.1.4 Tujuan Akuntansi Sektor Publik..... | 14 |
| 2.2 Pajak | 15 |
| 2.2.1 Pengertian Pajak | 15 |
| 2.2.2 Fungsi Pajak..... | 17 |
| 2.2.3 Syarat Pemungutan Pajak..... | 17 |
| 2.2.4 Teori Yang Mendukung Pemungutan Pajak..... | 18 |
| 2.2.5 Tarif Pajak..... | 18 |
| 2.3 Pajak Daerah | 19 |
| 2.4 Pajak Reklame..... | 20 |
| 2.4.1 Pengertian | 20 |
| 2.4.2 Objek dan Subjek pajak | 21 |
| 2.4.3 Dasar Pengenaan dan Tarif pajak | 23 |
| 2.4.4 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame..... | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Desain Penelitian | 26 |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel | 26 |
| 3.3 Populasi Dan sampel..... | 28 |
| 3.3.1 Populasi | 28 |
| 3.3.2 Sampel | 28 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 29 |
| 3.5 Teknik Analisa Data | 30 |

| | |
|---|----|
| | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | |
| 4.1. Gambaran Umum | 33 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Kota Bandung..... | 33 |
| 4.1.2 Kondisi Geografis Kota Bandung..... | 39 |
| 4.1.3 Sejarah Singkat DIPENDA..... | 39 |
| 4.1.4 Visi dan Misi Dispenda Kota Bandung..... | 41 |
| 4.1.5 Tujuan, Sasaran dan Cara Pencapaiannya | 43 |
| 4.1.6 Kedudukan, Tugas Pokok Dan Fungsi Dinas..... | 46 |
| 4.1.4 Susunan Organisasi Dispenda Kota Bandung (Perda No. 05 Tahun 2001) | 47 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 49 |
| 4.2.1 Analisis Mekanisme Pemungutan Pajak Reklame | 49 |
| 4.2.2 Analisis Laju Pertumbuhan Pajak Reklame | 56 |
| 4.2.3 Analisis Potensi Perolehan Pajak Reklame | 57 |
| 4.2.4 Analisis Tingkat Efektifitas Pajak Reklame | 66 |
| 4.2.5 Analisis Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Da | 68 |

| | |
|---|-----------|
| BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | 72 |
| 5.1 Kesimpulan | 72 |
| 5.2 Rekomendasi | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 74 |
| LAMPIRAN | |

