

**ANALISIS OPTIMASI PENERIMAAN PAJAK REKLAME  
TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA  
BANDAR LAMPUNG TAHUN 2003-2009  
(skripsi)**

**Nama** : Jimmy Fernando Alfred  
**Npm** : 0611021014  
**Konsentrasi** : Ekonomi Publik dan Fiskal  
**Pembimbing** : Yourni Atmadja, S.E.



**Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Lampung  
Bandarlampung  
2010**

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS OPTIMASI PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BANDAR LAMPUNG TAHUN 2003-2009**

**Oleh :**

**Jimmy Fernando Alfred**

Pembangunan adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengembangan atau mengadakan perubahan-perubahan kearah keadaan yang lebih baik. Sejalan dengan semangat desentralisasi dan otonomi daerah, strategi yang diperlukan dalam rangka melaksanakan pemerintahan adalah dengan memperbesar porsi kemampuan pengelolaan keuangan. Pengelolaan yang dimaksud adalah pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip yaitu tanggung jawab, mampu memenuhi kewajiban keuangan, kejujuran, hasil guna (efektifitas), serta pengendalian.

Pelaksanaan otonomi memberikan kewenangan kepada daerah untuk bisa mengelola potensi sumber daya alam memperkuat penyelenggaraan pemerintah di daerah. Kewenangan itu terkait erat dengan masih terbatasnya sumber penerimaan daerah yang berasal dari pusat. Sesuai dengan UU No. 22 tahun 1999 dinyatakan bahwa sumber-sumber penerimaan daerah terdiri dari a) Pendapatan Asli Daerah, b) Dana Perimbangan, c) Pinjaman Daerah, d) Lain-lain Pendapatan daerah yang sah. Pendapatan Asli Daerah Sendiri terdiri dari pajak dan Retribusi Daerah, Laba hasil perusahaan daerah, dan lain-lain dan retribusi daerah pemerintah pusat telah mengeluarkan Undang-undang no. 34 tahun 2000.

Permasalahan yang muncul kaitannya dengan optimasi penerimaan pajak reklame terhadap PAD ketidakseimbangan pertumbuhan pemasangan reklame yang besar terhadap penerimaan sektor pajak reklame di Bandar Lampung tahun anggaran 2003-2009. Hal ini di cerminkan dari adanya penyimpangan antara realisasi dan potensi pajak reklame tersebut yang disebabkan oleh perencanaan penetapan target penerimaan Pajak Reklame yang kurang tepat sehingga dalam pencapaian target secara umum selalu tercapai, padahal target tersebut masih bisa ditingkatkan lagi guna mencapai kata optimasi di sektor penerimaan pajak reklame ini agar dapat menyokong ke pemasukan PAD yang lebih besar lagi.

Pembinaan terhadap wajib pajak dan petugas pemungutan pajak dengan cara melakukan pendekatan dengan para pengusaha biro jasa reklame untuk memperkecil munculnya reklame liar, mensosialisasikan Peraturan daerah Nomor 15 tahun 2008 melalui media mengefektifkan kinerja para petugas pemungut pajak reklame dengan melakukan pelatihan secara berkala.

Dari hasil penelitian di peroleh bahwa optimasi penerimaan pajak reklame ditinjau dari Potensi pajak reklame dalam kaitannya dengan pertumbuhan usaha biro jasa Kota Bandar Lampung tahun anggaran 2003-2009 adalah rata-rata sebesar Rp 2.673.288.774. Hasil perhitungan potensi penerimaan pajak reklame dalam kaitannya dengan usaha biro jasa reklame Kota Bandar Lampung menunjukkan bahwa terdapat selisih antara potensi dengan realisasi sebesar Rp 380.704.176 atau 85,75 % pajak reklame yang tergalai dan 14,25 % pajak reklame yang hilang. Pajak reklame yang hilang inilah yang mencerminkan bahwa penerimaan dari sector pajak reklame ini masih belum optimal. Dan perlu di tingkatkan lagi.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OPTIMIZATION ADVERTISEMENT TAX REVENUE FOR BANDAR LAMPUNG CITY IN THE YEAR 2003-2009**

**By :**

**Jimmy Fernando Alfred**

Development is a process activity carried out within the framework of pangembangan or make changes towards a better situation. In line with the spirit of decentralization and regional autonomy, the strategies needed in order to implement the government is to enlarge the portion of financial management capability. Management in question is financial management in accordance with the principles of responsibility, able to meet financial obligations, honesty, effectiveness (effectiveness), and control.

The implementation of autonomy provided to local authorities to manage natural resources to strengthen implementation at the local government. The authority was closely related to the still limited plentiful source of revenue that comes from the center. In accordance with Law no. 22, 1999 stated that local revenue sources consist of a) the original income, b) Balance Fund, c) Regional Loan, d) Other areas of legitimate income. Own source revenue consists of tax and regional levies, local company earnings results, and other local and central government levies has issued Law no. 34 year 2000.

The problems that arise related to the advertisement tax revenue optimization to PAD growth imbalance mounting a large billboard of advertisement tax revenue sector in Bandar Lampung fiscal year 2003-2009. This is the mirror of the deviation between actual and potential advertisement tax was caused by the determination of planning Reklame tax revenue target is less precise so that the target pencapaian generally always achieved, even though the target could still be raised again in order to achieve optimization in the sector, said the tax revenue billboards in order to support the inclusion of PAD even bigger.

Guidance to taxpayers and tax officials by doing approach with business service bureau billboards to minimize the emergence of illegal billboards, promote regional Regulation No. 15 of 2008 through the medium of effecting the performance of the advertisement tax collector officers by conducting periodical training.

## DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
RIWAYAT HIDUP	
MOTTO	
PERSEMBAHAN	
SANWACANA	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kerangka Pemikiran .....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Definisi Pemerintah Daerah .....	14
B. Sumber Keuangan Daerah.....	15
C. Tinjauan Tentang Pajak Daerah .....	16
D. Fungsi Pajak Daerah.....	19
E. Pembagian Pajak Menurut Golongan, Sifat, dan Pemungutannya.....	20
F. Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Daerah.....	21
G. Optimasi Penerimaan Pajak Dan Retribusi Daerah Dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah .....	26
H. Pengertian Pajak Reklame.....	30
I. Subjek Pajak Reklame.....	30
J. Objek Pajak Reklame .....	31
K. Pengecualian Objek Pajak Reklame.....	32
L. Tata Cara Memperoleh izin Reklame.....	33
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Metode Penelitian.....	34
1 Jenis dan Sumber Data .....	34
2 Metode Pengumpulan Data .....	34
3 Alat Analisis .....	35
B. Gambaran Umum Wilayah Kota Bandar Lampung.....	38
C. Gambaran Umum Dinas Pengelolaan Keuangan, Pendapatan dan Aset Daerah Kota Bandar Lampung .....	38

D. Pemungutan Pajak Reklame Di Kota Bandar Lampung.....	39
IV. HASIL PERHITUNGAN DAN PEMBAHASAN .....	41
A. Optimasi Pajak Reklame Dilihat Dari Perhitungan Potensi Pajak Reklame Dalam Kaitannya Dengan Pertumbuhan Usaha Biro Jasa .....	41
B. Optimasi Penerimaan Pajak Reklame Kaitannya Antara Potensi Pajak Reklame Dengan Pertumbuhan Usaha Biro Jasa Reklame Di Kota Bandar Lampung .....	44
C. Penyebab Terjadinya Penyimpangan Antara Realisasi dan Potensi Pajak Reklame Kota Bandar Lampung.....	47
D. Hasil Perhitungan Pajak Reklame Yang Tergali Dengan Pajak Reklame Yang Hilang .....	49
E. Optimasi Penerimaan Pajak Reklame dilihat Dari Efektivitas Pengelolaan Penerimaan Pajak Reklame .....	50
F. Faktor-Faktor Penyebab Tinggi Rendahnya Tingkat Efektivitas Pengelolaan Penerimaan Pajak REklame .....	51
G. Optimasi Penerimaan Pajak Reklame Dengan Melihat Pertumbuhan Penerimaan Pajak Reklame .....	54
H. Faktor Penghambat yang Dihadapi Serta Solusi Yang Ditempuh Oleh Pemerintah Daerah Kota Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Pajak Reklame .....	55
I. Faktor Pendukung Peningkatan Pajak Reklame di Kota Bandar Lampung.....	56
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN .....	66

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel	
1 Perkembangan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung ..	4
2 Penerimaan Pajak Reklame Bandar Lampung Tahun 2003 – 2009	6
3 Data Sumbangan Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung .....	7
4 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bandar Lampung 2001–2008 (dalam jutaan rupiah) .....	9
5 Potensi Pajak Reklame Dalam Kaitannya Dengan Pertumbuhan Usaha Biro Jasa Reklame Kota Bandar Lampung 2003-2009 .....	41
6 Jumlah Pemasangan Reklame dan Ukurannya Melalui Biro Jasa Reklame dan nilai Realisasi tahun 2003-2009 (Unit,m <sup>2</sup> , ).....	44
7 Data Pertumbuhan Biro Jasa Reklame Kota Bandar Lampung Diukur Dari Jumlah Pemasangan dan Ukuran Reklame.....	46
8. Data Sumbangan Seharusnya Penerimaan Pajak Reklame Terhadap pendapatan Asli Daerah Kota Bandar Lampung 2003 s/d 2009 (dalam rupiah) .....	47
9 Tingkat efektivitas Pengelolaan Pemungutan Pajak Reklame Kota Bandar Lampung Tahun Anggaran 2003-2009 .....	50
10 Laju Pertumbuhan Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandar Lampung Tahun Anggaran 2003-2009 .....	54