ABSTRAKSI

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah 1). Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan PAD Pemerintahan Kota Surabaya di tahun 2002 – 2005. 2). Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame kota Surabaya. 3). Untuk melihat pertimbangan-pertimbangan yang mendasari kebijakan Pemkot dapat dilakukan guna meningkatkan penerimaan pajak reklame di kota Surabaya.

Pendekatan penulisan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah pendekatan kualitatif dengan menitikberatkan pada pemahaman dan persepsi penelitian untuk menjelaskan secara rinci tentang objek studi dan mendapatkan hasil solusi praktis berdasarkan data yang telah diperoleh. Pendekatan secara kualitatif dilakukan dengan cara menguraikan, membahas, dan menganalisis setiap data yang didapat, sehingga diperoleh pemaparan deskriptif atau gambaran yang jelas dan lengkap mengenai permasalahan skripsi. Teknik analisis yang digunakan adalah interprestasi dari data yang telah diperoleh dan diolah.

Kontribusi rata-rata Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah untuk tahun 2002 adalah 12.97%. Pada tahun 2003 sebesar 13.79%, tahun 2004 sebesar 13.04%. sedangkan tahun 2005 kontribusi yang diberikan adalah sebesar 11.42%. Sesuai dengan perhitungan yang dilakukan, maka didapat hasil bahwa dalam rangka meningkatkan Penerimaan Daerah yang berupa Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor Pajak Reklame, maka Pemerintah Kota Surabaya menerapkan kebijakan Intensifikasi dan Ekstensifikasi. Intensifikasi adalah suatu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penerimaan daerah –dalam hal ini pajak reklame– tanpa harus menambah jenis atau objek pajak. Sedangkan ekstensifikasi adalah cara meningkatkan penerimaan daerah - dalam hal ini Pajak Reklame– dengan menambah objek pajak. Cara ini perlu adanya dukungan kekuatan hukum (law enforcement) agar dalam pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar. Meskipun upaya-upaya peningkatan Penerimaan Daerah tersebut di atas harus dilakukan secara menyeluruh dan terpadu, tapi dalam pelaksanaannya harus tetap memperhatikan kondisi objektif pembayar pajak dan keadaan perekonomian secara umum, agar pemungutan pajak tersebut tidak menjadi penghambat kegiatan pengembangan usaha dan tidak mengganggu iklim perinvestasian.

Dari pemaparan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dan PAD kota Surabaya adalah cukup signifikan. Sehingga peranan pemerintah khususnya Pemerintah Kota Surabaya di sini sangatlah dibutuhkan guna mendongkrak nantinya penerimaan daerah yang berasal dari pajak reklame.

Kata kunci : *Keuangan Daerah, Pajak Reklame, Pajak Daerah, Pendapatan Asli Daerah (PAD).*