**ABSTRAK**

Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung, merupakan Organisasi Perangkat Daerah yang memiliki tugas dan fungsinya mengelola pendapatan daerah Kota Bandung baik itu berupa pajak atau retribusi daerah. Pajak merupakan salah satu pendapatan yang dimiliki oleh Kota Bandung. Salah satunya pajak reklame, karena pajak reklame sangat berpotensi dan berpengaruh kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung. Namun terdapat kendala dalam penyerapan pajak reklame ini, yaitu tidak tercapainya target dan tidak terserap sepenuhnya bahkan mengalami penurunan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah. Penulis menggunakan teori implementasi kebijakan public dari George Edwards II dengan istilah Direct and Indirect Impact on Implementation yang mengemukakan empat model yang mempengaruhi yaitu, sumber daya, komunikasi, disposisi dan struktur birokrasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode dekripsi dengan pendekatan kualitatif. Data dan fakta yang didapatkan dikaji sesuai dengan teori yang digunakan sehingga dapat digunakan untuk mengetahui Bagaimana Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menemukan beberapa fakta dan dapat disimpulkan bahwa dalam Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di lingkup Internal Badan Pengelolaan Pendapatan Kota Bandung sudah dilakukan dengan baik. Namun, penyampaian informasi tentang Kebijakan Reklame kepada masyarakat masih kurang. Masih ada masyarakat yang tidak mengetahui tentang pajak reklame ini. Lalu, alur birokrasi yang rumit dan membutuhkan waktu yang lama dapat menghambat pelayanan dalam penyelenggaran reklame dan ini dapat mengakibatkan masyarakat enggan melakukannya dan mengakibatkan banyaknya reklame illegal. Pengawasan yang kurang dilakukan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung terkait reklame yang menunggak pajak bahkan tidak membayar bayar pajak yang banyak dijumpai diruang Kota Bandung.

**Kata Kunci: Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung, Implementasi Kebijakan, Pajak Reklame**

***ABSTRACT***

*Revenue Management Agency Area of Bandung, is an organization that has a region of Device assignment and its function of managing the income area of Bandung, be it in the form of tax or levy area. The income tax is one that is owned by the city of Bandung. One Billboard tax, because the advertisement tax potential and influence to the Native Revenue (PAD) of Bandung. However, there are constraints in the absorption of this billboard tax, that is not the achievement of business targets and not absorbed fully even decline.*

*The purpose of this research is to know how the implementation of a policy of Tax Revenue Management Agency in the Advertising area. The author uses the theory of public policy implementation of George Edwards II with the term Direct and Indirect Impact on Implementation which posited four models that affect IE, resources, communications, disposition and bureaucratic structure.*

*The research method used was qualitative approach to decryption methods. Data and facts obtained is analysed in accordance with the theory that is used so that it can be used to find out how Tax Policy Implementation in the management of Advertising Revenue Area of Bandung city.*

*Based on the results of the study, the authors find some facts and it can be concluded that the implementation of tax Policy in the sphere of Internal Advertising Agency management of Bandung city Revenues already done well. However, the submission of information about Advertisement Policy to society are still lacking. Still many people who don't know about this advertisement tax. Then, plots an elaborate bureaucracy and takes a long time can hinder service in the after and this can result in a society reluctant to do so and have resulted in the large number of illegal advertising. Supervision of the less done the agency managing the Income Area of Bandung city related Billboard tax debt do not even pay tax that is widely found in the room of Bandung city.*

***Key Words: Regional Revenue Management Agency Of The City Of Bandung, Public Policy, Tax Advertising***

***RINGKESAN***

 *Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung, mangrupakeun hiji organisasi alat daerah nu boga pancén sarta fungsi pikeun ngatur sareng ngalola pandapatan Kota Bandung boh dina wangun pajeg atanapi punggutan. Pajeg panghasilan nyaéta salah sahiji nu geus dipiboga ku KotaBandung. Salah sahijina pajak iklan, pajak iklan téh potensi sarta dampakna ageing dina Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Bandung. Tapi aya halangan dina nyerep pajak iklan ieu, nyaeta teu kaudagna sareng teu kaserep sadaya pendapatana.*

 *Tujuan penelitian ieu keur nangtukeun kumaha Palaksanaan Sarat jeung Kaayaan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerha. Panulis ngagunakeun téori palaksanaan kawijakan publik ngeunaan ti George Edwards II dina watesan Direct and Indirect Impact on Implementation nu mangaruhan opat model, nyaéta, sumberdaya, komunikasi, disposition jeung struktur birokrasi.*

 *Metodeu dipaké nya éta métode deskripsi kalawan pendekatan kualitatif. Data jeung fakta dicandak, ditaksir luyu jeung téori dipaké meh bisa dipaké pikeun manggihan Kumaha Palaksanaan Sarat jeung Kaayaan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.*

 *Dumasar panalungtikan, pangarang kapanggih sababaraha fakta nu nyimpulkan yén Palaksanaan Sarat jeung Kaayaan Pajak lingkup internal Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung atos sae dilakukeun. Mung pandugian ka masyarakatna perkawis Pajak Reklame masih keneh kurang. Aya kénéh loba jalma nu teu nyaho ngeunaan pajak reklame ieu. Lajeng, aliran birokrasi rumit sarta nyokot waktu nu lila bisa hamper ladenan pangiriman dina iklan na ieu bisa ngakibatkeun jalma horéam ngalakukeun kitu na nyababkeun raloba baliho haram. Kirangna pengawasan nu dilakukeun Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung tina perkawis pajak iklan seuer keneh nu teu mayar tunggakan pajeg sareng aya oge nu teu mayar pajeg nu mindeng kapanggih diruang Bandung.*

***Konci: Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung, Palaksanaan Sarat jeung Kaayaan, pajak reklame***