

Analisis Efektifitas Penerimaan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Kota Medan

Analysis of The Effectiveness of Advertisement Tax Receipts and The Contribution To Medan City Original Revenue

Laelis Neni¹⁾, Nurlela²⁾*, Liliy Karlina³⁾

1) Program Studi Akuntansi, Politeknik LP3I Medan, Indonesia

Abstrak

Peningkatan pendapatan daerah dipengaruhi oleh tingkat kesadaran masyarakat dalam menjalankan kewajibannya terutama dalam membayar pajak. Salah satu sumber pendapatan daerah yaitu pajak iklan. Pajak periklanan adalah salah satu sektor potensial untuk administrasi dan pengembangan administrasi kota di Medan. Penelitian ini dilakukan di Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah di Medan. Penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dalam melakukan analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa realisasi tagihan iklan tahun 2015-2016 dan 2016-2017 terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan pada 2015-2016 sebesar (65,23%) sedangkan pada 2016-2017 (95,99%). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerimaan pajak iklan mengakibatkan kenaikan. Sedangkan kontribusi penerimaan pajak layanan perbankan untuk 2015-2016 adalah 0,19% dan 2016-2017 adalah 25,5%. Ini menggambarkan bahwa pemerintah Kota Medan belum dapat memanfaatkan dan mengoptimalkan semua sumber penerimaan pajak reklame untuk layanan perbankan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame pada layanan perbankan.

Kata kunci: Efektivitas, Kontribusi, Pajak Iklan

Abstract

Increased regional income is influenced by the level of public awareness in carrying out their obligations. This is one of the original sources of income, namely advertising tax. Advertising tax is one of the potential sectors for the administration and development of the city administration in Medan. This research was conducted at the Agency for Tax Management and Regional Retribution in Medan. The author uses quantitative descriptive analysis methods in conducting data analysis. The results of the study indicate that the realization of the advertisement bill year 2015-2016 and 2016-2017 against the Regional Original Revenues of Medan City in 2015-2016 amounted to (65.23%) while in 2016-2017 it was (95.99%). From the data, it can be concluded that advertisement tax revenue multiplies the increase. From the data, it can be concluded that advertisement tax revenue multiplies the increase. While the contribution of the banking service tax revenue for 2015-2016 is 0.19% and 2016-2017 is 25.5%. This illustrates that the Medan City government has not been able to utilize and optimizing all sources of advertisement tax receipts for banking services and other factors that influence the receipt of advertisement tax on banking services.

Keywords: Effectiveness, Advertisement Tax

*E-mail: fatva2neni@gmail.com



Pendahuluan

Salah satu sumber pendapatan negara adalah pajak daerah. Salah satu sumber pendapatan asli daerah yaitu pajak reklame. Pendapatan Asli Daerah menjadi indikator keberhasilan dalam penyelenggaraan otonomi daerah. Semakin tinggi PAD maka semakin tinggi pula kemampuan pemerintah daerah untuk membiayai kehidupan sendiri

Menurut penelitian yang dilakukan Masse (2018) yang berjudul “Analisis Efektivitas Kinerja Retribusi Pelayanan Kebersihan Dan Kontribusinya Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah” menyimpulkan bahwa retribusi pelayanan kebersihan di kota medan tahun 2014,2016 sudah efektif sedangkan 2015 kurang efektif dan memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah sebesar 3,88% pada 2014; 1.45% pada 2015 ;0,01 pada 2016 .Hal ini sangat terjadi penurunan sebesar 1,44%. Yang membedakan penelitian sekarang ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada Objek penelitian, Tahun penelitian, dan Tahun Penelitian.Objek penelitian sebelumnya adalah Kinerja Retribusi Kebersihan sedangkan penelitian sekarang menggunakan objek retribusi pajak reklame,tahun penelitian terdahulu adalah tahun 2014 s/d 2016 sedangkan penelitian sekarang tahun 2015 s/d 2017,dan tempat penelitian terdahulu adalah di pelayanan kebersihan kota medan sedangkan penelitian sekarang di pajak reklame kota medan.

Pajak reklame sangat diharapkan dapat memiliki peranan yang berarti dalam pembiayaan pembangunan daerah. Realisasi Penerimaan pajak reklame di Kota Medan setiap tahunnya memenuhi target yang ditentukan pemerintah. Hal tersebut didukung data sebagai berikut.

Tabel 1.1 Target dan Realisasi Pajak Reklame

No	Tahun	Target	Realisasi
1	2015-2016	19.304.000.000,00	12.591.242.919,32
2	2016-2017	19.304.000.000,00	18.530.024.933,51

Sumber: Dinas Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan

Penerimaan Pajak Reklame setiap tahun tidak memenuhi target yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah padahal jumlah reklame di kota medan bertambah, seharusnya penerimaan pajak reklame dapat memenuhi target yang ditentukan.

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas penerimaan pajak reklame dan kontribusinya terhadap pendapatan asli daerah pada tahun 2015 s/d 2017

Landasan Teori

Pengertian Pajak

Pada Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan ke empat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum Perpajakan dan Tata Cara Perpajakan pada pasal 1 ayat 1 berbunyi pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kepentingan rakyat.

Menurut undang-undang No 1 tahun 2011 Provinsi sumatra utara menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib pajak daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang,dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.

Pendapatan Asli Daerah

Undang-undang No. 33 Tahun 2004 (Mintahari,2016:645) berisikan tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan daerah,Pendapatan Asli Daerah

yaitu : Pendapatan yang diperoleh Daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pendapatan Asli Daerah bertujuan memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi Daerah sebagai perwujudan Desentralisasi.

Sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagaimana diatur dalam uu no 32 tahun 2004 pasal 157 terdiri dari:

- a) Pajak Daerah
Berdasarkan uu no 32 tahun 2004 tentang pajak daerah “ Pajak daerah yaitu iuran wajib yang dilakukan oleh pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku,yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah”.
- b) Retribusi daerah merupakan pungutan suatu daerah atas pembayaran jasa atau pemberian izin tertentu yang disediakan baik secara orang pribadi maupun sebuah badan usaha.
- c) Hasil Pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan
- d) Dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

Pajak Reklame

Menurut undang-undang No 28 tahun 2009 pasal 1 ayat 26 dan 27, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame,Sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah benda,alat pembuat atau media yang buruk dan corak ragamnya dirancang untuk digunakan untuk mengenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik .

Tabel 2.1 Harga NJOP
1. NJOP Untuk Reklame

No	Lokasi	Ukuran	NJOP
1	Di persimpangan	5 x 10 meter	12.726.400
2	Di trotoar	(2 x2) m satu sisi	1.257.200
3	Diatas gedung	(5 x10) m dua sisi	19.339.600

2. NJOP untuk Merek Usaha		
No	Jenis	NJOP
1	Logam	292.400/m ²
2	Papan Kayu	190.400/m ²
3	Plastik	273.600/m ²

3. NJOP Untuk Reklame Yang Menempel		
No	Lokasi	NJOP
1	Menempel pada Gedung	437.180/m ²
2	Menempel pada Kendaraan Berjalan	200.000/m ²

4. NJOP Untuk Reklame Kian/Selebaran		
No	Jenis	NJOP
1	Kain (Spanduk,Umbul-umbul)	2.000/m ² /hari
2	Banner/Baliho	1.200/m ² /hari
3	Selebaran Kertas	2.000/m ² /hari
4	Selebaran Plastik/Logam,Balon Udara	5.000/m ² /hari

Masa Pajak Reklame dan Saat Terutang Masa Pajak Reklame

Dalam peraturan daerah kota medan no 11 tahun 2011 ayat (9) tentang pajak reklame mengatakan bahwa Masa pajak reklame adalah jangka waktu satu bulan kalender.

Satuan masa pajak reklame ditetapkan sebagai berikut:

1. Pajak reklame permanen dan pajak reklame terbatas ditetapkan 1 tahun.

2. Pajak reklame isidentil ditetapkan sebagai berikut:

- a) Jenis baliho ditetapkan paling singkat selama 7 hari dan paling lama 30 hari.
- b) Jenis umbul-umbul, spanduk, banner dan sejenis ditetapkan paling singkat 1 hari dan paling lama 30 hari
- c) Jenis peragaan ditetapkan paling singkat 1 hari dan paling lama 30 hari.
- d) Jenis selebaran melekat sesuai dengan izin penyelenggaraan dan
- e) Jenis film/slide, udara, suara dan apung ditetapkan paling singkat 30 hari.

Pajak terutang dalam masa pajak terjadi pada saat pembayaran dan/atau seharusnya dibayarkan wajib pajak. Pajak Reklame yang terutang dipungut di wilayah kabupaten/kota tempat reklame berlokasi. Tata cara pemungutan pajak daerah dilarang diborongkan. Wajib pajak yang memenuhi kewajiban perpajakan berdasarkan penetapan wali kota dengan menggunakan SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan. SKPD yang tidak atau kurang bayar setelah jatuh tempo pembayaran dikenakan sanksi sebesar 2% setiap bulan dan ditagih melalui STPD.

Pengertian Efektivitas

Pekei (2016:76) pernah mengatakan bahwa “Efektivitas adalah standar berhasil tidaknya pencapaian tujuan sebuah instansi”. Efektivitas pajak reklame adalah tingkat kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan pajak reklame yang sudah ditetapkan. Menurut Pekei (2016:76) Rumus untuk mencari efektivitas adalah sebagai berikut.

Efektivitas : Realisasi Penerimaan X 100

Target

Tabel 2.3 Kriteria Efektivitas

No	Presentase Pencapaian Penerimaan Pajak Reklame	Keterangan
1	>100%	Sangat efektif
2	90%-100%	Efektif
3	80%-90%	Cukup Efektif
4	60%-80%	Kurang Efektif
5	<60%	Tidak Efektif

Sumber: *Keppmendagri No.690.900.tahun (1996)*

Pengertian Kontribusi

Handoko (Octovido, 2014:3) pernah mengatakan bahwa kontribusi adalah Besaran sumbangan yang diberikan atas sebuah kegiatan yang dilaksanakan

Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah

Besarnya kontribusi pajak reklame jasa perbankan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah dapat dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame jasa perbankan dengan realisasi pendapatan asli daerah

Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah

Besarnya kontribusi pajak reklame jasa perbankan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah dapat dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame jasa perbankan dengan realisasi pendapatan asli daerah

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan}}{\text{Realisasi PAD}} \times 100\%$$

Tabel 2.4 Kriteria Kontribusi

No	Presentase	Kriteria
1	0,00%-10%	Sangat Kurang
2	10,00%-20%	Kurang
3	30,00%-40%	Sedang
4	40,00%-50%	Cukup Baik
5	Diatas 50%	Sangat Baik

Sumber: Kemendagri No.690.900.tahun (1996)

Metode penelitian

Penulis melakukan penelitian pada Badan Pendapatan dan Retribusi Daerah Kota Medan.Terhitung dari Feb-Mei 2019. Penelitian berada di JL.A.H.NASUTION Medan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Internal yang merupakan data yang bersumber dari keadaan atau kegiatan suatu organisasi atau kelompok .Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data penerimaan pajak reklame jasa perbankan

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah studi lapangan, dokumentasi dan studi kepustakaan.

Metode analisis yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah metode kuantitatif

Hasil dan Pembahasan

Perhitungan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame kota Medan tahun 2015-2017

Penerimaan pajak daerah merupakan indikator penting sebagai pembiayaan pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat.Penerimaan salah satunya adalah penerimaan pajak reklame,dibawah ini dapat dilihat target dan realisasi pajak reklame:

Tabel 4.1 Efektivitas pajak reklame kota Medan tahun 2015-2017

Tahun Anggaran	Target Pajak Reklame	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Presentase (%)
2015-2016	19.304.000.000,00	12.591.242.919,32	65,23
2016-2017	19.304.000.000,00	18.530.024.933,51	95,99

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan selama periode 2015 s/d 2017.Pajak Reklame Jasa Perbankan juga memberikan kontribusi bagi peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan.Hal dapat dilihat dari penerimaan Selama jangka waktu:

Tingkat efektivitas pajak reklame dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$Efektivitas = \frac{Realisasi\ Penerimaan\ Pajak\ Reklame}{Target\ Penerimaan\ Pajak\ Reklame} \times 100\%$

Tahun 2015-2016= $\frac{12.591.242.919,32}{19.304.000.000,00} \times 100\% = 65,23\%$

Tahun 2016-2017= $\frac{18.530.024.933,51}{19.304.000.000,00} \times 100\% = 95,99\%$

Tabel 4.2 Kriteria Efektivitas

No	Presentase Penerimaan Pajak Reklame	Pencapaian	Keterangan
1	>100%		Sangat efektif
2	90%-100%		Efektif
3	80%-90%		Cukup Efektif
4	60%-80%		Kurang Efektif
5	<60%		Tidak Efektif

Dari hasil Efektivitas diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Efektivitas pajak reklame berdasarkan kemendagri untuk tahun 2015-2016 dapat dikatakan kurang efektif karena berada pada nilai 65,23% yaitu berada pada range 60%-80% sedangkan pada tahun 2016-2017 sudah dapat dikatakan efektif karena berada pada nilai 95,99 % yaitu berada pada range 90%-100% . Untuk itu Petugas harus lebih intensif lagi dalam pendataan pajak reklame dan terus memberikan penyuluhan tentang pajak reklame

Tabel 4.2 Penerimaan Pajak Reklame Jasa Perbankan 2015-2016

No	Wilayah	Pokok Pajak	
1	Kec.Medan Helvetia	Rp	420.480
2	Kec.Medan Sunggal	Rp	6.821.850
3	Kec.Medan Kota	Rp	4.655.940
4	Kec.Medan Area	Rp	1.314.000
5	Kec.Medan Tembung	Rp	420.480
6	Kec.Medan Petisah	Rp	409.968
7	Kec.Medan Maimun	Rp	4.445.700
8	Kec.Medan Selayang	Rp	210.240
9	Kec.Medan Timur	Rp	4.445.700
10	Kec.Medan Barat	Rp	735.840
11	Kec. Medan Johor	Rp	420.480
12	Kec.Medan Baru	Rp	210.240
13	Kec.Medan Polonia	Rp	210.240
14	Kec.Medan Denai	Rp	210.240
15	Kec.Medan Amplas	Rp	210.240
	Total	Rp	25.141.638

Tabel Penerimaan Pajak Reklame Jasa Perbankan 2016-2017

No	Wilayah	Pokok Pajak	
1	Kec.Medan Helvetia	Rp	16.300.426
2	Kec.Medan Sunggal	Rp	28.198.011
3	Kec.Medan Kota	Rp	56.145.306
4	Kec.Medan Area	Rp	31.484.316
5	Kec.Medan Tembung	Rp	3.902.580
6	Kec.Medan Petisah	Rp	65.371.142
7	Kec.Medan Maimun	Rp	32.852.984
8	Kec.Medan Selayang	Rp	5.829.730
9	Kec.Medan Timur	Rp	47.466.974
10	Kec.Medan Barat	Rp	56.810.185
11	Kec. Medan Johor	Rp	15.896.702
12	Kec.Medan Baru	Rp	29.480.437
13	Kec.Medan Polonia	Rp	39.536.048
14	Kec.Medan Denai	Rp	3.941.124
15	Kec.Medan Amplas	Rp	16.627.734
16	Kec.Medan Tuntungan	Rp	972.360
17	Kec.Medan Deli	Rp	2.935.476
18	Kec.Medan Belawan	Rp	5.062.450
19	Kec.Medan Marelan	Rp	14.045.784
	Total	Rp	472.859.769

Perhitungan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame kota Medan tahun 2015-2017

Kontribusi pajak reklame jasa perbankan dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah Medan di hitung dengan membandingkan penerimaan pajak reklame jasa perbankan dengan jumlah penerimaan pajak daerah. Untuk mengetahui kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pajak daerah kota Medan pada tahun 2015-2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5. Hasil kontribusi Penerimaan Pajak Reklame kota medan tahun 2015-2017

Tahun Anggaran	Realisasi Penerimaan Pajak Reklame	Realisasi Penerimaan Pajak Daerah kota Medan	Presentase (%)
2015-2016	25.141.638	12.591.242.919,32	0,19
2016-2017	472.859.769	18.530.024.933,51	2,55

Maka dapat diketahui bahwa Pajak Reklame Jasa Perbankan memberikan Kontribusi dari tahun penerimaan 2015-2016 sebesar 0,19%, sedangkan tahun penerimaa 2016-2017 adalah 2,55%

Dengan rumus : Kontribusi = $\frac{\text{Realisasi Penerimaan}}{\text{Realisasi PAD}} \times 100\%$

Tabel 4.6 Kriteria Kontribusi

No	Presentase	Kriteria
1	0,00%-10%	Sangat Kurang
2	10,00%-20%	Kurang
3	30,00%-40%	Sedang
4	40,00%-50%	Cukup Baik
5	Diatas 50%	Sangat Baik

Sumber:Kemendagri No.690.900.tahun (1996)

Dari hasil kontribusi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kontribusi pajak reklame berdasarkan kemendagri untuk tahun 2015-2016 berada pada nilai 0,19% dan dapat dikategorikan sangat kurang baik yaitu dibawah 0.00% - 10 %. Sedangkan untuk tahun 2016-2017 berada pada nilai 2,55% dan dapat dikategorikan juga sangat kurang baik yaitu berada pada range 0.00% - 10% . Untuk itu Petugas harus lebih intensif lagi dalam pendataan pajak reklame dan terus memberikan penyuluhan tentang pajak reklame

Simpulan:

Dari penelitian ini maka ditarik kesimpulan sebagaia berikut:

1. Dari hasil Efektivitas bahwa Efektivitas pajak reklame berdasarkan kemendagri untuk tahun 2015-2016 dapat dikatakan kurang efektif karena berada pada nilai 65,23% yaitu berada pada range 60%-80% sedangkan pada tahun 2016-2017 sudah dapat dikatakan efektif karena berada pada nilai 95,99 % yaitu berada pada range 90%-100% . Untuk itu Petugas harus lebih intensif lagi dalam pendataan pajak reklame dan terus memberikan penyuluhan tentang pajak reklame.
2. Dari hasil kontribusi bahwa kontribusi pajak reklame berdasarkan kemendagri untuk tahun 2015-2016 berada pada nilai 0,19% dan dapat dikategorikan sangat kurang baik yaitu dibawah 0.00% - 10 %. Sedangkan untuk tahun 2016-2017 berada pada nilai 2,55% dan dapat dikategorikan juga sangat kurang baik yaitu berada pada range 0.00% - 10% . Untuk itu Petugas harus lebih intensif lagi dalam pendataan pajak reklame dan terus memberikan penyuluhan tentang pajak reklame

DAFTAR PUSTAKA

- Atteng, Jovanly dan Saerang, David. 2016. Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Manado Tahun 2011-2015. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
- Chidiasari, Nurulia. 2015. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pajak Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Surabaya . Universitas Negeri Surabaya.
- Elvi Syahria Maznawaty, Ventj Ilat, Inggriani Elim (2015). Analisis Penerimaan Pajak Daerah Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Provinsi Maluku Utara. Jurnal EMBA. 3 (3). 906-915.
- Masse.(2018). Analisis efektivitas kinerja retribusi pelayanan kebersihan dan kontribusinya terhadap poeningkatan pendapatan asli daerah.

Laelis Neni, Nurlela & Liliy Karlina Analisis Efektifitas Penerimaan Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Kota Medan

- Peraturan UU.No.6.(2013). Tentang Retribusi Daerah
Peraturan UU No 28 tahun 2009 pasal 1ayat 26 dan 27, Tentang Pajak Reklame
Peraturan UU.NO.16.(2009).Ketentuan umum dan tata cara perpajakan.
Peraturan UU.No.32.(2004). Tentang Pemerintah Daerah.
Peraturan wali kota N0.91.Tahun (2017). Tentang pelimpahan kewenangan
Perda Kota Medan UU.NO.11.Tahun (2011).Tentang pajak reklame.
Qusnul Khotimah (2014). "Analisis Potensi Efektifita Penerimaan Pajak Hotel Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah". Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya. 1-13.
Resmi, Siti. 2013. Perpajakan: Teori dan Kasus, Edisi 7 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat
Saleh.(2018). *Pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame pada badan pengelola pajak dan retribusi daerah kota medan.*
Samudra, A. A. (2015.). Perpajakan di Indonesia: Keuangan, Pajak dan Retribusi Daerah. Jakarta: Rajawali Pers PT. Rajagrafindo Persada.
Sayugo, A. P. (2016). Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Berau. Jurnal Ekonomi Manajemen , Vol 10 No.1.
Siahaan, M. P. (2010). Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada
Watini Sri, I. S. (2010). Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung,. Jurnal Akuntansi Vol.2 No.2 November , 181-201.
Yan, Yan. 2011. "Analisis Peranan dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi". Fakultas Ekonomi STIE MDP.