
ANALISIS POTENSI DAN EFEKTIVITAS PENERIMAAN PAJAK REKLAME DI KOTA MANADO

Markus Stenny Sarundayang¹, Herman Karamoy², Robert Lambey³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Universitas Sam Ratulangi, Jl. Kampus Bahu, Manado, 95115, Indonesia

E-mail : Stennysarundayang7@gmail.com

ABSTRACT

Advertisement tax is a tax on the conduct of advertisements. Advertising is an object, tools, or media of varying shapes and styles used for the introduction, advocating and praising goods, services or persons or to draw public attention, placed or seen, read and or heard from a place by the public. This research aimed to know find out the magnitude of potential tax advertisement in Manado city and to know the effectiveness of advertisement tax revenue as a source of PAD Manado City. Research uses quantitative descriptive method that is analyzing the target data and the realization of acceptance of advertisement tax year 2012-2016 using the ratio of effectiveness and analysis of historical data. From the results of research indicate that the effectiveness level of advertisement tax of year 2010-2014 got category "less effective", and year 2015-2016 "very effective" Based on the calculation of historical data, the potential acceptance of Advertisement Tax of Manado City in 2017 is Rp. 11.010.071.843,-.

Keywords: Advertisement Tax, Local Revenue, Potential, Effectiveness

1. PENDAHULUAN

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan semua penerimaan daerah yang berasal dari sumber ekonomi asli daerah, dan salah satu sumber PAD yang memiliki kontribusi terbesar berasal dari pajak daerah dan retribusi daerah. Pemerintah daerah diuntut untuk memperhatikan penerimaan pajak daerah agar tidak terjadi kebocoran dan meningkatkan setiap potensi pajak daerah yang ada dan juga memperhatikan efektivitas penerimaan pajak daerah. Efektivitas pajak secara tidak langsung juga menunjukkan seberapa besar keberhasilan daerah dalam mengumpulkan pajak dari potensi yang dimilikinya. Semakin kecil selisih antara penerimaan pajak yang sebenarnya dengan potensi pajak yang ada maka berarti semakin efektiflah administrasi perpajakan daerah.

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat-alat, atau media yang bentuk dan coraknya beragam yang dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan dan memujikan barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dilihat dari potensi dan efektivitas, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi

Akuntansi adalah seni pencatatan, penggolongan, pengiktisaran, dan pelaporan atas suatu transaksi dengan cara sedemikian rupa, sistematis dari segi isi, dan berdasarkan standar yang diakui umum. Oleh karena itu, pihak yang berkepentingan atas perusahaan dapat mengetahui posisi keuangan perusahaan serta hasil operasi pada setiap waktu yang

diperlukan, sehingga dapat mengambil keputusan maupun pemilihan dari berbagai tindakan alternatif dibidang ekonomi (Bahri, 2016:2).

2.2 Akuntansi Pajak

Menurut Waluyo (2010:35) dalam bukunya, mengemukakan akuntansi pajak (*tax accounting*), menjelaskan bahwa dalam menetapkan besarnya pajak terutang tetap mendasarkan laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan, mengingat dalam ketentuan perundang-undangan perpajakan terdapat aturan-aturan khusus yang berkaitan dengan akuntansi, yaitu masalah konsep transaksi dan peristiwa keuangan, metode pengukurannya, serta pelaporannya yang ditetapkan dengan undang-undang.

2.3 Pengertian Pajak

Pajak adalah suatu iuran oleh rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (Kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2013: 1).

2.4 Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah seseuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku.

Jenis-Jenis Pendapatan Asli Daerah antara lain adalah :

1. Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh daerah kepada orang pribadi atau badan tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undang yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah.
2. Retribusi Daerah adalah pungutan Daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian ijin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.
3. Hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya.
4. Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, antara lain hasil penjualan aset tetap daerah dan jasa giro (Siahaan 2010:13).

Pendapatan Asli Daerah berfungsi terhadap otoritas, perencanaan, pengawasan, alokasi, distribusi, dan stabilitasi serta sebagai keperluan daerah itu sendiri bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Nirbeta, 2013).

2.5 Jenis Pajak Daerah

1. Pajak provinsi terdiri dari:
 - a. Pajak Kendaraan Bermotor;
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
 - d. Pajak Air Permukaan; dan
 - e. Pajak Rokok
2. Pajak kabupaten/kota terdiri dari:
 - a. Pajak Hotel;
 - b. Pajak Restoran;
 - c. Pajak Hiburan;
 - d. Pajak Reklame;
 - e. Pajak Penerangan Jalan;
 - f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
 - g. Pajak Parkir;
 - h. Pajak Air Tanah;
 - i. Pajak Sarang Burung Walet;
 - j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan

k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (Nirbeta, 2013).

2.5.1 Perhitungan Pajak Daerah

Besarnya pokok pajak dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak. Cara penghitungan ini digunakan untuk setiap jenis pajak daerah, yang juga merupakan dasar perhitungan untuk semua jenis pajak pusat (Rorong, 2013).

$$\text{Pajak Terutang} = \text{Tarif Pajak} \times \text{Dasar Pengenaan}$$

2.6 Pajak Reklame

Menurut Siahaan (2013:381) reklame merupakan suatu benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum (Kobandaha, 2016).

2.7 Potensi Pajak Reklame

Potensi pajak reklame yang dimaksud adalah segala kemampuan yang dimiliki pajak reklame untuk menjadi sumber penerimaan bagi suatu daerah, sehingga pajak reklame dapat pula dikatakan sebagai target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Bitung berdasarkan hasil perhitungan yang akan dicapai dalam suatu periode (Lengkong:2015).

2.8 Efektivitas Pajak Reklame

Secara umum efektivitas menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan ataupun target yang terlebih dahulu ditentukan. Dengan kata lain, efektivitas merupakan perbandingan antara input dan output. Suatu organisasi dikatakan efektif apabila telah berhasil mencapai apa yang diharapkan (Lengkong: 2015).

2.9 Penelitian Terdahulu

Idayati faridah tahun 2014 dengan judul Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Hasil menunjukkan bahwa pengelolaan pajak reklame di kota Surabaya masih kurang optimal. Hal ini bisa dilihat dari kontribusi pajak reklame terhadap PAD pada tahun 2008-2012 yang rata-rata hanya mencapai 7,45% atau dalam kriteria sangat kurang. Kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah rata-rata 12,26% atau berada dalam kriteria kurang. Sedangkan, dari segi efektifitas, maka dapat diketahui bahwa pengelolaan pajak reklame berada pada kriteria cukup efektif.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Dimana penelitian ini melihat dari efektivitas dan potensi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Manado.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA) kota Manado. Adapun waktu penelitian ini akan dilakukan selama bulan April – Juli 2017 yang meliputi kegiatan pengumpulan data dan literatur, pengolahan data, analisis data, hingga penulisan laporan dalam bentuk skripsi.

3.3 Prosedur Penelitian

1. Persiapan
2. Disposisi pimpinan
3. Pengumpulan data
4. Analisa data penelitian

5. Kesimpulan dan saran

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

1. Data Kualitatif
2. Data kuantitatif

3.4.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Sedangkan, data sekunder yang digunakan adalah literatur-literatur, jurnal, serta artikel yang dibuat oleh pihak ketiga dan mempunyai relevansi dengan penelitian ini.

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian kepustakaan
2. Penelitian Lapangan
3. Metode dokumentasi

3.5 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu suatu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyajikan, serta menganalisis data sehingga diperoleh gambaran yang cukup jelas tentang masalah yang dihadapi, kemudian ditarik suatu kesimpulan mengenai perhitungan, pencatatan, dan pelaporan.

4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Perkembangan Penerimaan Pajak Reklame Kota Manado

Untuk mengetahui Perkembangan penerimaan Pajak Reklame Kota Manado dapat dilihat dari target dan realisasi Pajak Reklame Kota Manado dalam tahun anggaran lima tahun terakhir yaitu 2012 - 2016 yang telah diperoleh peneliti dalam penelitian lapangan di kantor Dinas Pendapatan Kota Manado. Pada tahun 2012 dan 2013 presentasi penerimaan pajak reklame Kota Manado sebesar 65,74%. Pada tahun 2014 mengalami kenaikan namun tidak signifikan yaitu sebesar 67,24% dan pada tahun berikutnya Kota Manado berhasil mencapai target yang signifikan. melalui diagram batang terlihat jelas bahwa realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun anggaran 2015-2016 melampaui target yang ditetapkan. Berbeda dengan tahun anggaran 2015-2016 pada tahun anggaran sebelumnya yaitu tahun anggaran 2012-2014 penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan namun tidak terlalu signifikan dan tidak mencapai target yang ditetapkan.

Tabel 4.2 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Manado Tahun 2012-2016

No	Tahun Anggaran	Realisasi (Rupiah)
1	2012	2.760.872.514
2	2013	3.036.969.391
3	2014	3.261.324.364
4	2015	6.299.940.097
5	2016	8.922.985.528

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Manado, data diolah, 2017

4.1.2 Efektivitas Pajak Reklame

Pada tahun anggaran 2012 - 2013 realisasi penerimaan pajak reklame Kota Manado dengan kriteria “kurang efektif” dan presentase sebesar 65,74 % merupakan tingkat efektivitas terendah selama kurun waktu 2010-2014. Pada tahun 2014 realisasi penerimaan pajak mengalami kenaikan namun tidak signifikan dengan tingkat efektivitas 63,96 %. Pada tahun 2015 realisasi penerimaan Pajak Reklame Kota Manado mengalami kenaikan yang signifikan dengan kriteria “sangat efektif” dengan presentase sebesar 129.90%. Pada Tahun anggaran 2016 realisasi penerimaan Pajak Reklame Kota Manado dengan kriteria “sangat efektif” terus naik dengan presentase 142.90 % dan presentase 142.90% merupakan tingkat efektivitas tertinggi selama kurun waktu 2012-2016.

Presentase efektivitas penerimaan pajak reklame pada Tahun 2012-2014 belum mencapai target yang telah ditetapkan dan untuk mengatasinya Dinas Pendapatan Kota Manado langsung turun ke lapangan untuk mendatangi wajib pajak atau pengusaha reklame yang tidak membayar atau menunggak pajak agar dapat membayar pajak atau tunggakan pajak yang ada, dan jika tidak meningdahkan petugas, maka langsung diberikan sanksi tegas bagi wajib pajak atau pengusaha reklame dengan cara pencabutan/penurunan reklame. Hal ini berdampak positif bagi penerimaan pajak reklame di tahun 2015 – 2016 mengalami kenaikan yang sangat signifikan dan menjadi “Sangat Efektif” bahkan melampaui target yang telah ditetapkan.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Manado

Dalam menganalisis penerimaan Pajak Reklame Kota Manado dapat dilihat dari target dan realisasi Pajak Reklame Kota Manado dalam tahun anggaran lima tahun terakhir yaitu 2012 - 2016 yang telah diperoleh peneliti dalam penelitian lapangan di kantor Dinas Pendapatan Kota Manado.

4.2.2 Potensi Pajak reklame Kota Manado

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang telah disajikan di atas, untuk selanjutnya akan disajikan hasil perhitungan potensi penerimaan pajak reklame dengan menganalisis data historis realisasi Pajak Reklame Kota Manado.

Langkah – Langkah dilakukan :

1. Data Realisasi Penerimaan Pajak Reklame dalam 5 (lima) tahun terakhir.

Tabel 4.2 Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Manado Tahun 2012-2016

No	Tahun Anggaran	Realisasi (Rupiah)
1	2012	2.760.872.514
2	2013	3.036.969.391
3	2014	3.261.324.364
4	2015	6.299.940.097
5	2016	8.922.985.528

Sumber : Dinas Pendapatan Kota Manado, data diolah, 2017

2. Menghitung Kenaikan Realisasi Tiap Tahun

Tabel 4.3 Presentasi Kenaikan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Manado Tahun 2010-2014

No	Tahun	Presentase Kenaikan %
1	2012/2013	9,09 %
2	2013/2014	6,87%
3	2014/2015	48,23%
4	2015/2016	29,39%

Sumber Data Diolah, 2017

4.2.3 Efektivitas Pajak Reklame Kota Manado

Analisis Rasio Efektivitas yaitu perbandingan antara hasil realisasi penerimaan Pajak Reklame dengan target realisasi penerimaan tahun berjalan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada rumus di bawah ini (Halim dan Dumayanti, 2007, dalam Sambuaga, 2011)

Analisis Efektivitas :

1. Tahun 2012

Berdasarkan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp. 4.200.000.000 dengan realisasi yang telah di peroleh sebesar Rp. 2.760.872.514, maka efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2012. Dari hasil perhitungan di atas, di peroleh tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2011 sebesar 65.74% (Kurang Efektif).

2. Tahun 2013

Berdasarkan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp. 4.619.427.800 dengan realisasi yang telah diperoleh sebesar Rp. 3.036.969.391, maka efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2013. Dari hasil perhitungan di atas, di peroleh tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2012 sebesar 65.74% (Kurang Efektif).

3. Tahun 2014

Berdasarkan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp. 4.850.399.250 dengan realisasi yang telah diperoleh sebesar Rp. 3.261.324.364, maka efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2013. Dari hasil perhitungan di atas, di peroleh tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2013 sebesar 67.24% (Kurang Efektif).

4. Tahun 2015

Berdasarkan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp. 4.850.000.000 dengan realisasi yang telah diperoleh sebesar Rp. 6.299.940.097, maka efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2015. Dari hasil perhitungan di atas, di peroleh tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2014 sebesar 142.59% (Sangat Efektif).

5. Tahun 2016

Berdasarkan target penerimaan pajak reklame sebesar Rp. 6.257.660.000 dengan realisasi yang telah diperoleh sebesar Rp. 8.922.985.528, maka efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2016. Dari hasil perhitungan di atas, di peroleh tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame tahun 2015 sebesar 142.59% (Sangat Efektif).

Presentase efektivitas penerimaan pajak reklame pada Tahun 2012-2014 belum mencapai target yang telah ditetapkan dan untuk mengatasinya Dinas Pendapatan Kota Manado langsung turun ke lapangan untuk mendatangi wajib pajak atau pengusaha reklame yang tidak membayar atau menunggak pajak agar dapat membayar pajak atau tunggakan pajak yang ada, dan jika tidak menindahkan petugas, maka langsung diberikan sanksi tegas bagi wajib pajak atau pengusaha reklame dengan cara pencabutan/penurunan reklame. Hal ini berdampak positif bagi penerimaan pajak reklame di

tahun 2015 – 2016 mengalami kenaikan yang sangat signifikan dan menjadi “Sangat Efektif” bahkan melampaui target yang telah ditetapkan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Penerimaan Pajak Reklame Pada setiap tahun anggaran 2012, 2013, dan 2014 tingkat efektivitas pada tiga tahun itu dengan kriteria “kurang efektif”. Tingkat penerimaan Pajak Reklame Kota Manado tahun 2010 - 2014 mengalami kenaikan pada tahun 2012-2014 namun tidak signifikan dan tidak mencapai target yang ditetapkan. Pada tahun 2015 dan 2016 dengan kriteria “sangat efektif” tingkat penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan yang signifikan dan melampaui target yang telah ditetapkan. Penerimaan Pajak Reklame Kota Manado mulai mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2015, terlihat pada gambar 4.2, grafik efektivitas penerimaan pajak reklame meningkat drastis. Tahun 2012 Rp. 2.760.872.51,- tahun 2013 menjadi Rp. 3.036.969.391,- dan tahun 2014 Rp. 3.261.324.364,- dan terus naik pada tahun 2015 Rp. 6.299.940.097,- dan tahun 2016 Rp8.922.985.528,- efektivitas penerimaan pajak reklame berubah dari “kurang efektif” menjadi “sangat efektif” di karenakan pemberian saknsi yang tegas dari Dinas Pendapatan Kota Manado dan hal yang berdampak positif pada penerimaan pajak reklame.
2. Rata-rata laju pertumbuhan pajak reklame dikota Manado dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 adalah sebesar 23,39%.
3. Berdasarkan perhitungan analisis data historis, potensi penerimaan pajak reklame kota Manado tahun 2017 adalah sebesar Rp. 11.010.071.843,-.

5.2 Saran

Dari berbagai kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, untuk masukan sebagai bahan pertimbangan bagi Dinas Pendapatan Kota Manado dalam upaya meningkatkan potensi dan efektivitas penerimaan Pajak Daerah dari sektor pajak reklame, maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Agar pemerintah Kota Manado, khususnya Dinas Pendapatan Daerah lebih memperhatikan data wajib pajak dan objek pajak dari pada pajak reklame. serta jika diperlukan bekerjasama dengan Asosiasi Pengusaha Reklame.
2. Proses penetapan target yang dilakukan sebaiknya memperhatikan potensi yang ada sebenarnya, sehingga petugas yang terkait akan terpacu untuk melampaui target yang telah ditetapkan
3. Dengan terciptanya kerangka dasar proses penetapan pajak ini di harapkan hasil perolehannya dapat meningkat sehingga pertumbuhan pajak reklame terus meningkat dengan tetap mengutamakan estetika kota dan sekaligus memberikan kontribusi yang cukup besar bagi penerimaan khususnya Pajak Daerah di Kota Manado
4. Memberikan penyuluhan secara intensif kepada wajib pajak khususnya dan masyarakat pada umumnya , dan tetap memberikan sanksi tegas kepada wajib pajak yang tidak memenuhi kewajiban perpajakan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisma. 2014. “Analisis Pemungutan Pajak Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru”

-
- Attawodi, Ojochogwu Winnie & Ojeka, Stephen Anu. 2012. Factors That Affect Tax Compliance among Small and Medium Enterprises (SMEs) in North Central Nigeria. *International Journal of Business and Management Toronto*. Vol. VII Issue 12 ISSN: 1833-3850.
- Augustine, Yvonne, Kristaung. R.2013. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. Penerbit Dian Rakyat. Jakarta
- Ardhiansyah, Dkk. 2014. “Analisis Potensi Pajak Hotel dan Pajak Restoran dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Batu
- Bahri, Syaiful. 2016. *Pengantar Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP dan IFRS*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Dewi, R. Winda, Dkk. 2016. “Kontribusi Pajak Hotel dan Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang”.
- Djoko Muljono, 2009, *Akuntansi Pajak*, edisi revisi 2009, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Idayati, Farida. 2014.” *Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya”.*
- Irina Fristiana. 2017. *Metode Penelitian Terapan*. Penerbit Parama Ilmu Yogyakarta
- Kuncoro, Mudrajad 2013 *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 2.
- Kobadanha, Rezlyanti. 2016. Analisis Efektivitas, Kontribusi dan Potensi Pajak Reklame Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174. Vol.4 No.1
- Lam, Novita, 2015. “Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Beserta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Manado”.
- Lengkong, Triski. 2015. Analisis Potensi Dan Efektivitas Pemungutan pajak Reklame Di Kota Bitung. Skripsi. Universitas Sam Ratulangi. Manado
- L, Vitek. 2002. Evaluation of The Effectiveness of the Tax Collection-The Case of The Czech Central and Local Governments. *International Journal of Faculty of Management*. University of Economics Prague. Czech Republic.
- Mardiasmo, 2013, *Perpajakan*, edisi revisi 2013.
- Miller, Angharad and Lyne Oast. 2012. “Principle of International Taxation”. Bloomsbury Professional.
- Nirbeta, Hadis. 2014. Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame, Pajak Hotel, Pajak Hiburan, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Restoran dan Pajak Parkir terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tanjungpinang. Skripsi. Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tanjungpinang
- Nurmayasari, 2016. “ Analisis Penerimaan Pajak Reklame Kota Semarang”.
- Noor, Juliansyah. 2014. Analisis Data Penelitian dan Ekonomi dan Manajemen. PT. Gramedia Widiasurana Indonesia. Jakarta
- Norregrad, 2013. “. *Empirical tax research in accounting*. *Journal of Accounting and Economics*. USA
- Octovido, Irsandi, Dkk, 2014. “Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Daerah sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Batu (Studi Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu Tahun 2009-2013)”.
- Okoye, Pius V.C & Ezejiofor Raymond. 2014. The Impact Of E-Taxation on Revenue Generation In Enugu, Nigeria. Nnamdi Azikiwe University. *International Journal of Advanced Research*.
- Pujiyanti, Ferra,. 2015. *Akuntansi Dasar*. Penerbit: Lembar Pustaka Indonesia. Tangerang.
- Purwanto. 2016. “Pengaruh Pajak Reklame terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Berau”.
- Priyati, Novi. 2016. *Pengantar Akuntansi*. Tim Indeks. Jakarta Barat.
-

- Rahman, Khuzain, 2017. "Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Undang-Undang No. 28 Tahun 2009. Jakarta
- Resmi Siti, 2011, Perpajakan Teori dan Kasus, edisi 6 buku 1, Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Rorong, Shendi, 2013. "Evaluasi Penerimaan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Dikabupaten Minahasa".
- Sadewa, Rangga, 2013." Analisis Potensi Pajak Reklame Kota Pekanbaru". (Studi Kasus Di Kota Bandar Lampung Tahun 2010-2015)".
- Saddam, 2014. "Intensifikasi Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bone".
- Sambuaga, Dewi. 2011. Analisa Efektifitas Pemungutan Pajak Bahan Galian Golongan C Melalui Sistem Ketetapan Pajak Serta Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Manado.
- Saputri R. Shinta. 2017. "Pemungutan Pajak Air Tanah dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Metro".
- Siahaan, 2010, Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, edisi revisi 2010, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suryabatra Sumadi. 2015. Metodologi Penelitian. Penerbit PT. Rajagravindo Persada. Jakarta
- Tilaar, Ricky. 2012. Analisis Hubungan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Dan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa Selatan. Skripsi. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Waluyo. 2010. Perpajaka Indonesia . Jakarta: Salemba Empat.