

**ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI
DAERAH
(Studi Kasus Kabupaten Pasaman)**

Martina¹, Tartila Devy²

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech. Djamil
Djambek Bukittinggi, martina.martina120402@gmail.com

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech. Djamil
Djambek Bukittinggi, tartiladevy@uinbukittinggi.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan pendapatan asli daerah kabupaten Pasaman. Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Badan Keuangan Daerah kabupaten Pasaman. Jenis data yang digunakan data kuantitatif yang selanjutnya akan di Analisis secara analisis kualitatif. Teknik pengumpulan data ini berupa data primer yaitu data yang diambil dari wawancara. Serta data sekunder yang berupa data laporan realisasi anggaran tahun 2019-2023. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pasaman pada tahun 2019-2023, berada di persentase 0%-10% yang tergolong berkontribusi Sangat kurang terhadap Pendapatan Asli Daerah. Upaya-upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kabupaten Pasaman dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat, terutama kepada pelaku usaha tentang pentingnya membayar pajak reklame dengan ketentuan yang berlaku, pemerintah khususnya Badan Keuangan Daerah juga melakukan kegiatan penertiban dan penataan reklame liar yang bekerjasama dengan satpol PP untuk mengecek keadaan yang bermasalah, memberikan sanksi yang tegas berupa denda yang melanggar ketentuan peraturan pajak reklame, melakukan pengawasan terhadap pemasangan reklame yang belum memiliki izin atau belum membayar pajak, dan memberikan pelayanan kepada wajib pajak, baik dalam hal pendaftaran, konsultasi maupun pembayaran pajak.

Kata Kunci: Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah

ABSTRACT

This research aims to determine the analysis of the contribution of advertising tax in increasing the original regional income of Pasaman district. This type of research is descriptive qualitative research. This research was conducted at the Regional Financial Agency of Pasaman district. The type of data used is quantitative data which will then be analyzed using qualitative analysis. This data collection technique is in the form of primary data, namely data taken from interviews. As well as secondary data in the form of budget realization report data for 2019-2023. The results of this research show that the contribution of

advertising tax to the original regional income of Pasaman Regency in 2019-2023 is at a percentage of 0% -10% which is classified as contributing very little to the original regional income. Efforts to increase advertising tax receipts towards Pasaman Regency's original regional income by conducting outreach to the community, especially to business actors about the importance of paying advertising tax in accordance with applicable regulations, the government, especially the Regional Financial Agency, is also carrying out activities to control and organize illegal billboards in collaboration with Satpol PP to check problematic conditions, provide strict sanctions in the form of fines that violate the provisions of advertisement tax regulations, supervise the installation of advertisements that do not have permits or have not paid taxes, and provide services to taxpayers, both in terms of registration, consultation and payment tax.

Keywords: Advertisement Tax, Original Regional Income.

A. Latar Belakang

Pemasukan asli wilayah yakni penghasilan akan didapat wilayah paling utama dalam mendanai sesuatu wilayah. Oleh karena itu, kekuatan sesuatu wilayah buat memaksimalkan pemasukan asli daerahnya hendak efektif pembangunan serta kemajuan daerahnya. Dalam tingkatkan pemasukan asli wilayah, penguasa butuh tingkatkan pemasukan asli wilayah dengan memaksimalkan pangkal pemasukan asli wilayah akan potensial. Terus menjadi besar pemasukan asli wilayah hingga hendak membuat terus menjadi kecil ketergantungan penguasa wilayah keatas penguasa pusat.

Kabupaten Pasaman ialah salah satu wilayah kabupaten akan pemasukan daerahnya akan berawal dari pajak wilayah serta pungutan wilayah dan Kabupaten Pasaman menginginkan banyak durasi serta anggaran buat mendanai pengeluaran itu, bagus buat aktivitas penguasa, ataupun buat pembangunan. Pemasukan asli wilayah berasal dari pajak wilayah, pungutan wilayah, hasil pengurusan kekayaan wilayah tertentu serta lain- lain. Pajak wilayah salah satunya yakni pajak iklan. Pajak iklan ialah salah satu pangkal pemasukan penting wilayah akan jumlahnya lumayan besar. Realisasi pendapatan pajak iklan di Kabupaten Pasaman dalam 5 tahun terakhir selaku berikut:

Bagan 1.1

Data Anggaran dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Pasaman Atas Tahun 2019-2023

Tahun	Anggaran	Realisasi	Persen %
-------	----------	-----------	----------

2019	137.600.000,00	92.699.951,00	67,37
2020	30.000.000,00	51.221.717,00	170,74
2021	75.000.000,00	27.860.125,00	37,15
2022	130.000.000,00	111.977.437,00	86,14
2023	175.000.000,00	118.224.325,00	67,56

Sumber : Badan Keuangan Daerah Kabupaten Pasaman

Dari bagan diatas nampak kalau kalau realisasi pendapatan pajak iklan dari tahun 2019- 2023 tidak sempat menggapai realisasi 100% melainkan di tahun 2020. Namun itu juga diamati sasaran tahun 2020 realisasi kecil diantara tahun akan lain. Sebab, penguasa kabupaten atau kota Pasaman memesatkan pengumpulan pajak buat buat mensupport pemasukan asli wilayah di tengah darurat ekonomi efek wabah Covid- 19. Tubuh finansial wilayah kabupaten pasaman ialah aspek eksekutif penguasa wilayah di aspek perpajakan wilayah salah satu nya yakni pajak iklan.

Tubuh finansial wilayah kabupaten pasaman ialah aspek eksekutif penguasa wilayah di aspek perpajakan wilayah salah satu nya yakni pajak iklan. Pemicu tidak menggapai realisasi atas sasaran akan sudah diresmikan oleh penguasa kabupaten Pasaman atas tahun 2019- 2023 tidak hanya 2020 ialah diefekkan minimnya pemasyarakatan penguasa wilayah atas warga mengenai pajak iklan, tidak hanya itu pula minimnya pengawasan dari aparatatur penguasa kabupaten atau kota dalam bagan pengelolaannya. Salah satu ilustrasinya banyaknya iklan akan tanpa memiliki ijin pemasangan dari penguasa kabupaten atau kota atau iklan akan perijinannya telah mati. Disisi lain, partisipasi pajak iklan lalu diharapkan hendak terus menjadi bertambah dari tahun ke tahun buat tingkatkan Pemasukan Asli Wilayah (PAD) supaya tujuan independensi wilayah buat menghasilkan independensi wilayah disektor finansial hendak bisa terkabul.

Peraturan Wilayah Kabupaten Pasaman (Perda) No 6 Tahun 2010 memutuskan sebenarnya bayaran pajak iklan sebesar 25% dari angka carter iklan. Bersumber atas perhitungannya bersumber atas angka carter iklan akan dihitung bersumber atas tipe, materi, posisi, durasi pengenalan, durasi pengoperasian, jumlah serta dimensi alat iklan. Subjek atas pajak iklan ialah melingkupi bermacam tipe iklan. Serta poin pajak iklan ialah orang perseorangan ataupun tubuh hukum menyelenggarakan ataupun memesan iklan. Tipe Pajak Iklan akan dipungut oleh penguasa kabupaten atau kota Pasaman ialah Iklan

Kediaman atau Papan iklan, Iklan Seng atau Aluminium, Iklan Sunscreen, Kediaman Iklan Bercahaya (Neon Box), Iklan Megatron atau Videotron atau Billboard, Iklan Beranjak, Iklan Slogan atau Banduk, Iklan Kain atau Lurus Benner, Iklan Plakat, Iklan Apung, Iklan Hawa, Iklan Audio, Iklan Film atau Slide serta Iklan Peragaan.

Pajak iklan ialah pajak atas penajaan iklan. Iklan yakni barang, perlengkapan, aksi, ataupun alat akan berupa serta corak ragamnya didesain buat tujuan menguntungkan memberitahukan, menyarankan, mengiklankan, ataupun menarik atensi biasa keatas suatu Buat Yusuf Qardhawi, Pajak yakni peranan akan diresmikan keatas harus pajak, akan wajib disetorkan atas negeri cocok dengan determinasi, tanpa menemukan hasil balik dari negeri, serta hasilnya buat mendanai pengeluarannya biasa di satu pihak serta buat merealisasi selaku tujuan ekonomi, sosial, politik, serta tujuantujuan lain akan digapai oleh negara.

B. Kajian Pustaka

1. Teori Efektivitas

Filosofi keberhasilan berpusat atas sesuatu badan, rencana, ataupun sistem menggapai tujuan akan di idamkan dengan metode akan sangat maksimal. Buat Adibowo serta Fidowaty filosofi daya guna merujuk atas 2 kebutuhan ialah bagus dengan cara teoritis ataupun dengan cara efisien, maksudnya terdapatnya akurasi akan bertabiat menyeluruh serta mendalam dari efisiensi dan kebaikan- kebaikan buat mendapatkan masukan mengenai daya produksi. Keberhasilan ialah kondisi akan sesuatu perihal akan berkesan, perkembangan, kesuksesan upaya, aksi atau perihal akan berlakunya Berdasarkan pemaparan diatas mengenai jasa akan dikemukakan Adibowo serta Fidowaty menjelaskan efektifitas memiliki 2 kebutuhan ialah dengan cara teoritis ataupun efisien. Efektifitas ialah akan sesuatu perihal akan berkesan, perkembangan, dan kesuksesan bisnis.

Keberhasilan dapat dimaksud selaku sesuatu pengukuran hendak tercapainya tujuan akan sudah direncanakan dengan cara matang. Ikatan antara partisipasi pajak serta filosofi daya guna terdapat atas keahlian sistem pajak buat mengakulasi pemasukan dengan cara berdaya guna. Partisipasi pajak akan besar bisa jadi penanda daya guna bila

diiringi dengan pendapatan sasaran pemasukan serta pengelolaan akan berdaya guna. Tetapi keberhasilan semacam penguatan strategi serta program pajak.

2. Defenisi Pajak

Pajak yakni iuran atas negeri (akan bisa dipaksakan) akan terhutang oleh akan harus membayarnya buat peraturan-peraturan, dengan tidak menemukan hasil balik akan langsung bisa ditunjuk, serta akan manfaatnya yakni buat mendanai pengeluaran- pengeluaran biasa berkaitan dengan kewajiban negeri akan menyelenggarakan.

Penafsiran pajak merujuk atas partisipasi keuangan akan wajib dibayarkan oleh orang, bidang usaha ataupun entitas akan lain atas penguasa, akan diatur oleh hukum serta diharuskan dengan cara hukum. Pajak ialah pangkal penting pemasukan buat penguasa buat mendanai pengeluaran public, tercantum pembangunan prasarana, layanan khalayak, kesehatan, pendidikan, serta bermacam program sosial akan lain. Pajak tidak cuma berbentuk pembayaran langsung atas penguasa, namun pula bisa diatur lewat bermacam metode semacam, penyembelihan pendapatan dengan cara otomatis oleh tuan, pembayaran langsung oleh orang ataupun bidang usaha ataupun metode lainnya.

3. Ciri-Ciri Pajak

Pajak mempunyai sebuatan karakteristik khas akan membedakannya dari tipe bea akan lain. Selanjutnya yakni identitas penting pajak:

1. Memaksa

Pajak ialah peranan akan wajib diastasi oleh stiap masyarakat Negeri ataupun tubuh upaya akan penuh patokan khusus bersumber atas determinasi hukum pembayaran pajak bertabiat memforsi sebab diatur oleh hukum, serta penguasa mempunyai wewenang buat melempangkan pemungutan pajak lewat metode hukum bila harus pajak tidak penuh kewajibannya.

2. Tidak memperoleh balasan langsung

Pembayar pajak tidak menyambut balasan ataupun layanan langsung dari penguasa selaku jawaban atas pembayaran pajak. Khasiat akan didapat dari pajak

biasa serta dinikmati oleh warga dengan cara beramai-ramai, semacam pembangunan prasarana, pendidikan, layanan kesehatan, serta sarana biasa akan lain.

3. Dipungut diperoleh atas Undang- Undang

Pajak cuma dipungut bila terdapat bawah hukum akan nyata. Pemungutan pajak wajib didasarkan atas hukum akan disahkan oleh tubuh legislatif. Perihal ini buat membenarkan kalau pemungutan pajak dicoba dengan cara seimbang serta tranparan dan mempunyai daya hukum akan kokoh.

4. dipakai buat kebutuhan negara

Pendapatan dari pajak dipakai oleh penguasa buat mendanai bermacam keinginan negeri, tercantum penajaan penguasa, pembangunan nasional, serta program- program keselamatan warga. Pajak ialah pangkal penting pemasukan negeri akan dipakai buat kebutuhan khalayak.

5. Berkepribadian biasa serta tidak diskriminatif

Pajak akan dikenakan dengan cara biasa atas seluruh masyarakat negeri ataupun upaya akan penuhi ketentuan khusus tanpa memandang kerangka balik individu ataupun status sosial. Prinsip ini menjamin kalau tiap ataupun tubuh akan terletak dalam suasana akan serupa dikenakan peranan pajak akan serupa.

6. Berkepribadian periodic

Pembayaran pajak umumnya dicoba dengan cara teratur, semacam tahunan semacam ataupun bulanan, terkait atas tipe pajaknya. Misalnya, pajak pemasukan umumnya dikabarkan serta dibayarkan tiap tahun, sebaliknya pajak pertambahan angka (PPN) dibayar tiap bulan.

7. Bersumber atas pemasukan ataupun Angka Subjek Pajak

Besarnya pajak akan wajib dibayar oleh harus pajak umumnya dihitung bersumber atas pemasukan akan didapat ataupun angka subjek pajak akan dipunyai, semacam properti, benda ataupun pelayanan. Perihal ini membenarkan kalau pajak akan dikenakan sebanding dengan keahlian ekonomi keharusan pajak

4. Teori-Teori Pemungutan Pajak

Ada pula bawah pembenaran pemungutan pajak oleh Negeri atas orang, yakni selaku selanjutnya:

1. Filosofi Asuransi

Negeri dalam melakukan tugasnya, melingkupi pula kewajiban mencegah jiwa badan serta harta barang perseorangan. Oleh karena itu, negeri disamakan dengan industri asuransi dimana buat memperoleh proteksi, masyarakat negeri melunasi pajak selaku bonus. Filosofi ini telah lama dibiarkan serta saat ini efisien tidak terdapat pembelanya lagi, sebab atas dasarnya tidak cocok dengan realitas. Misalnya, bila orang tewas, musibah ataupun kehabisan, Negeri tidak hendak mengubah kehilangan semacam perihalnya dalam asuransi. Disamping itu, tidak terdapat ikatan langsung antara pembayaran pajak dengan angka proteksi keatas pembayaran pajak.

2. Filosofi Kepentingan

Buat filosofi ini pembayaran pajak memiliki ikatan dengan kebutuhan orang akan didapat dari profesi negeri. Banyak orang mengenyam ataupun menikmati pelayanan dari profesi penguasa, kian besar pula pajaknya. Walaupun filosofi ini sedang legal, tetapi berat buat dipertahankan sebab orang miskin serta pengangguran akan mendapatkan dorongan dari penguasa menikmati banyak sekali pelayanan dari negeri atau penguasa, namun mereka malah tidak melunasi pajak.

3. Filosofi Style Pikul

Filosofi ini atas hakikatnya melaporkan kalau bawah kesamarataan pemungutan pajak terdapat atas pelayanan akan diserahkan oleh negeri atas warganya ialah proteksi atas jiwa serta harta bendanya. Buat kebutuhan ini, dibutuhkan biaya- biaya akan dipikul oleh seberinda orang akan menikmati proteksi itu dalam wujud pajak. Bawah dari filosofi ini yakni dasar

kesamarataan, ialah bobot pajak tiap orang wajib serupa. Pajak wajib dibayar buat style pikul seorang. Style pikul itu bisa diukur dengan memandang besarnya pemasukan serta kekayaan ataupun lewat pengeluaran atau pembelanjaan seorang.

4. Filosofi Peranan Pajak Telak ataupun Filosofi Bukti

Bertentangan dengan filosofi di atas akan tidak mengutamakan kepentingan- kepentingan negeri di atas kebutuhan warganya, hingga dalam filosofi ini bersumber atas atas mengerti organische staatsleer akan melaporkan kalau malah sebab watak negeri inilah akan membuat terdapatnya hak telak buat memungut pajak. Banyak orang bukanlah berdiri sendiri serta tentu terdapatnya perhimpunan (akan setelah itu jadi buatan dari negeri) alhasil perhimpunan itu berkuasa atas satu serta akan lain. Hak ini sudah diakui serta banyak orang sudah mengetahuinya selaku sesuatu peranan buat membuat fakta atas negeri dalam wujud pembayaran pajak.

5. Filosofi Style Beli

Filosofi ini tidak memasalahkan asal mulanya negeri memungut pajak, melainkan cuma memandang atas efeknya akan bagus serta memandang efek bagus itu sebagai bawah kesamarataan. Buat filosofi ini, pemungutan pajak ditatap selaku pertanda dalam warga akan bisa disamakan dengan pompa, ialah mengutip style beli dari rumah tangga-rumah tangga dalam warga buat rumah tangga negeri serta setelah itu menyalurkannya balik atas warga dengan tujuan buat menjaga kehidupan warga. Filosofi ini melaporkan kalau penyelenggaraan kepentingan warga inilah akan bisa dikira selaku bawah kesamarataan pemungutan pajak. Bukan kebutuhan orang serta bukan pula kebutuhan negeri, melainkan kebutuhan warga akan melingkupi kedua kebutuhan itu.

5. Defenisi Pajak Daerah

Pajak wilayah yakni pajak akan pemungutannya jadi tanggung jawab penguasa wilayah serta penerapannya dipastikan oleh tubuh pemasukan wilayah. Pajak wilayah diatur dengan hukum No 18 Tahun 1997 begitu juga sudah diganti dengan Hukum No 34 Tahun 2000 serta akan terkini Hukum No 28 Tahun 2009 Mengenai pajak wilayah serta pungutan wilayah akan dijadikan selaku bawah hukum akan legal. Bagian dari bab 1 dipaparkan begitu juga pajak wilayah ialah iuran harus warga atas wilayah akan bertabiat memforsir dengan tidak menemukan balasan dengan cara langsung serta dipakai buat kebutuhan wilayah buat kebutuhan wilayah buat kelimpahan orang.

Tidak hanya diatur dalam hukum kalau sesuatu wilayah tidak diperbolehkan buat memunggut apapun dari orang tanpa terdapatnya sesuatu ketentuan ataupun hukum akan legal, perihal mengenai pelarangan memunggut pungutan dari orang pula diperkuat dalam hukum pajak wilayah serta pungutan wilayah semacam akan tertera dalam Artikel 2 buatan (3) akan berarti mencegah wilayah buat memunggut bea tidak hanya akan sudah ditetapkan oleh Hukum Pajak Wilayah. Lewat Hukum No 23 Tahun 2014 Mengenai Penguasa Wilayah, di dalam Artikel 286 ditegaskan kalau mencegah penguasa wilayah buat melaksanakan pemungutan tidak hanya dengan apa akan sudah diatur dalam Hukum.

6. Pajak Reklame

Pajak iklan yakni pajak atas pengurusan iklan. Pengenaan pajak iklan tidak telak atas semua wilayah kabupaten atau kota akan terdapat di Indonesia. Perihal ini berhubungan dengan wewenang akan diserahkan atas penguasa kabupten atau kota buat menggunakan ataupun tidak menggunakan sesuatu tipe pajak kabupaten atau kota, penguasa wilayah wajib terlebih dulu menerbitkan peraturan wilayah mengenai pajak iklan akan hendak hukum operasional dalam teknis penerapan pengenaan serta pemberitahuan pajak iklan di wilayah kabupaten atau kota akan berhubungan.

Pajak Iklan yakni ialah satu pemasukan wilayah akan lumayan potensial selaku pangkal pembiayaan buat mendukung

pengurusan rezim serta pembangunan wilayah. Pajak Iklan yakni iuran harus akan dicoba oleh individu ataupun tubuh atas wilayah tanpa balasan langsung akan balance atas penajaan iklan. Akan diartikan iklan yakni barang, perlengkapan, aksi ataupun alat akan buat wujud lapisan serta corak ragamnya buat tujuan menguntungkan, dipergunakan buat memberitahukan, menyarankan serta memujikan sesuatu benda, pelayanan ataupun orang, atau buat menarik atensi biasa atas sesuatu benda, pelayanan ataupun orang akan ditempatkan ataupun akan bisa diamati, dibaca ataupun didengar dari sesuatu tempat oleh biasa, melainkan akan dicoba penguasa.

7. Objek Pajak Reklame

Dalam Artikel 47 buatan (1) Hukum Pajak Wilayah serta Pungutan Wilayah akan diartikan dengan subjek pajak iklan yakni seluruh penajaan iklan, akan tercantum kedalam subjek pajak iklan ialah:

1. Iklan Videotron atau Megatron
2. Iklan kain
3. Iklan selebaran
4. Iklan berjalan
5. Iklan kendaraan
6. Iklan suara
7. Iklan film atau slide
8. Iklan spanduk
9. Iklan Kediaman atau Bliboard
10. Iklan T- Banner serta X- Banner
11. Iklan Baliho

8. Subjek Pajak Reklame

Pajak Iklan yakni orang individu ataupun tubuh akan menggunakan iklan serta harus pajak iklan ialah orang individu ataupun tubuh akan menyelenggarakan iklan. Dalam perihal iklan diselenggarakan sendiri dengan cara langsung oleh orang individu ataupun tubuh itu. Tetapi, bila perihal iklan diselenggarakan lewat pihak ketiga hingga pihak ketiga itu jadi Harus Pajak Iklan.

9. Asas Pengenaan Pajak Reklame

Asas pengenaan pajak iklan yakni angka carter iklan (NSR). Bila iklan diselenggarakan oleh pihak ketiga, angka carter iklan diresmikan bersumber atas angka kontrak iklan serta bila iklan diselenggarakan sendiri, angka carter iklan dihitung dengan mencermati aspek tipe, materi akan dipakai, posisi penempatan, durasi, waktu durasi penyelenggaraan, jumlah, serta dimensi alat iklan. Dalam perihal ini angka carter iklan tidak dikenal atau dikira tidak alami, Angka carter iklan diresmikan dengan peraturan wilayah. Hasil kalkulasi Angka carter iklan diresmikan dengan peraturan Kepala Wilayah.

10. Bayaran Pajak Reklame

Bayaran pajak iklan diresmikan sangat besar sebesar 25%. Bayaran pajak iklan di tetapkan dengan peraturan wilayah. Perihal ini dimaksudkan buat membuatkan kebebasan atas penguasa kabupaten atau kota buat memutuskan bayaran pajak akan dipandang cocok dengan situasi tiap- tiap wilayah kabupaten atau kota.

a. Perhitungan Pajak Reklame

Enumerasi Pajak Iklan memakai Angka Carter Iklan selaku Bawah Pengenaan Pajak dengan metode selaku selanjutnya:

$$\text{Nilai Sewa Reklame} = \text{Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)} + \text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)}$$

Angka Penting Pemasangan Iklan didetetapkan oleh aspek indikator rute jalur, angka posisi serta angka ujung penglihatan iklan. Besarnya NSPR dihitung dengan metode selaku selanjutnya:

$$\text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame} = \{ \text{Jalur jalan (bobot} \times \text{skor)} + \text{lokasi (bobot} \times \text{skor)} + \text{sudut pandang (bobot} \times \text{skor)} \} \times \text{Nilai Satuan Strategis Reklame}$$

Sedangkan, besarnya Nilai Jual Objek Pajak Reklame dihitung dengan rumus:

$$\text{Nilai Jual Objek Pajak Reklame} = (\text{luas bidang reklame} \times \text{harga dasar ukuran reklame}) + (\text{ketinggian reklame} \times \text{harga dasar ketinggian reklame})$$

Setelah mengetahui Nilai Sewa Reklame, jumlah Pajak Reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif Pajak Reklame akan

berlaku dengan Nilai Sewa Reklame.

b. Nilai Sewa Reklame Produk vs Non-Produk

Kalkulasi Angka Carter Iklan (NSR) jadi bawah penting dalam pengenaan pajak iklan. NSR diefeki oleh aspek- aspek semacam dimensi, posisi, tipe, dan lama pemasangan iklan. Terdapat perbandingan dalam perlakuan keatas iklan akan bertabiat menguntungkan (produk) serta akan tidak menguntungkan (non- produk):

1. Iklan Produk

Iklan akan mengiklankan produk ataupun pelayanan menguntungkan umumnya dikenakan pajak lebih besar sebab angka ekonomisnya akan lebih nyata. Aspek determinan bayaran mencakup posisi penting pemasangan semacam di pusat kota, dan tipe alat akan dipakai (misalnya, videotron ataupun billboard).

2. Iklan Non- Produk

Iklan akan lebih bertabiat sosial, politik, ataupun keimanan mempunyai perlakuan akan berlainan. Dalam perbuatan permasalahan, iklan non- produk dapat dikecualikan dari pajak ataupun dikenakan bayaran akan lebih kecil, paling utama bila iklan itu tidak mempunyai tujuan komersial.

11. Jenis-Jenis Pajak Reklame

Tipe- tipe iklan bersumber atas logistik, watak, tempat pemasangan, serta alatnya. Ada pula tipe- tipe iklan akan diartikan ialah:

1. Bersumber atas Pengadaannya

Iklan bersumber atas pengadaannya terdapat 2 tipe ialah menguntungkan serta nonkomersial.

a. Iklan Komersial

Iklan menguntungkan didefinisikan selaku aktivitas akan bermaksud buat kebutuhan bidang usaha khusus akan dicoba oleh sesuatu pihak. Tujuan dari pemasangan iklan menguntungkan ialah buat mendapatkan profit pemasaran

ataupun tingkatkan pemasaran produk khusus oleh industri ataupun badan.

b. Iklan Non Komersial

Sebaliknya iklan non menguntungkan ialah kebalikan dari menguntungkan, akan dipakai selaku alat buat menghimbau, mengajak, ataupun mengantarkan data. Sasarannya ialah banyak orang buat menjajaki imbauan dalam data akan dilansir di dalamnya.

2. Bersumber atas Sifatnya

Iklan bersumber atas karakternya bisa dibedakan jadi 3, ialah iklan pencerahan, peringatan, serta jeritan ataupun bujukan.

a. Iklan Penerangan

Ialah tipe iklan akan bermuatan catatan informatif atas warga buat menarangkan suatu akan belum banyak dikenal. Didalamnya ada data akan berarti buat di informasikan.

b. Iklan Peringatan

Yakni iklan akan bermuatan catatan buat menegaskan warga buat melaksanakan ataupun menjajaki aturan-aturan khusus. Bentuk sketsanya hendak lebih mencolok supaya menarik minat dari warga. c. Reklame

c. Jeritan ataupun Ajakan

Yakni iklan akan bermuatan jeritan ataupun bujukan atas masyarakat warga buat menjajaki bujukan ataupun permohonan khusus buat melaksanakan suatu buat kebaikan bersama. Lukisan ataupun bacaan akan diperlihatkan umumnya bertabiat persuasif supaya bisa diiringi.

3. Bersumber atas Tempat Pemasangannya

Bersumber atas tempat pemasangannya, iklan bisa dibedakan jadi 2 ialah indoor serta outdoor.

a. Iklan Indoor

Ialah iklan akan dipasang, ditempatkan, ataupun ditempatkan dalam ruangan dengan target orang akan terletak di dalam sesuatu gedung khusus. Ukurannya lebih kecil serta materi akan dipakai tidak sangat mahal serta simpel semacam berbahan kertas atas biasanya.

b. Iklan Outdoor

Iklan akan ditempatkan dengan cara outdoor ialah iklan akan tempat pemasangannya di luar ruangan ataupun luar bangunan akan sasarannya berbentuk orang banyak akan terletak di sekelilingnya. Materi akan dipakai tidak bisa asal- asalan sebab wajib kuat keatas sengatan cahaya mentari serta kuat air, hingga tidak bisa hingga pudar. Ukurannya pula wajib besar sebab sasarannya akan sedemikian itu besar.

4. Bersumber atas Mediana

Bersumber atas alat penyampaiannya, iklan bisa dibedakan ke dalam 3 tipe ialah audio, visual, serta audio visual.

a. Iklan Audio

Iklan ini di informasikan dengan memakai alat perantara akan menghasilkan suara, bagus langsung di informasikan ataupun tidak langsung di informasikan (rekaman suara). Bila di informasikan dengan cara langsung ataupun tidak langsung umumnya melalui jeritan melalui radio ataupun pengeras suara kala advertensi di tepi jalur.

b. Iklan Visual

Iklan visual ialah aktivitas akan di informasikan dengan memakai alat lukisan ataupun visual akan diperoleh oleh indera pandangan. Sebuatan alat akan penyampaianya dengan lukisan ataupun visual antara lain ialah selaku selanjutnya.

1. Spanduk

Slogan ialah iklan berbentuk lukisan atau catatan akan diletakkan di atas kain memanjang akan dipasang diatas alat khusus. Umumnya dipasang di jalanan biasa akan dilewati oleh banyak orang.

2. Poster

Plakat yakni lukisan ataupun catatan di selemba kertas akan ditempelkan di bilik ataupun alat lain akan bisa diamati. Tujuannya berbeda- beda cocok dengan kemauan pembuatnya, dapat berbentuk menguntungkan ataupun non menguntungkan.

3. Brosur

Edaran ialah iklan dari alat selemba kertas akan tujuannya serupa semacam plakat, menguntungkan ataupun non menguntungkan. Data akan di informasikan di dalamnya lebih nyata serta mendetail.

4. Leaflet

Leaflet ialah alat visual akan serupa semacam edaran. Perbedaannya ialah leaflet umumnya dapat dilipat alhasil wujudnya dapat lebih kecil.

5. Baliho

Papan iklan yakni lukisan besar akan dipasang atas tempat-tempat biasa. Sebab terletak di tempat biasa, hingga dapat bertabiat temporer ataupun permanen.

6. Logo

Logo ialah iklan akan berbentuk ikon ataupun ikon akan dipunyai oleh sesuatu tubuh ataupun pihak khusus. Umumnya kepemilikannya dari negeri ataupun swasta dengan tujuan akan berbeda-beda.

7. Kediaman Nama

Kediaman julukan ialah iklan bermuatan lukisan graf ataupun logo akan muat data atas khalayak. Tujuannya buat kebutuhan menguntungkan, meski sebuatan pula buat non menguntungkan.

c. Iklan Audio Visual

Iklan Audio Visual ialah tipe iklan akan memakai kombinasi antara audio dengan lukisan ataupun visual dengan cara berbarengan. Alat akan tercantum iklan audio visual yakni tv dimana kalian dapat memandang lukisan serta mengikuti data akan di informasikan oleh bintang promosi itu. Bisa jadi kalian kala menyaksikan di bioskop memandang serta mengikuti promosi atas layar bioskop itu pula tercantum iklan audio visual.

12. Pemasukan Asli Wilayah (PAD)

Pemasukan Asli Wilayah (PAD) ialah pemasukan wilayah akan berasal dari hasil pajak wilayah, hasil retrebusi wilayah, hasil pengurusan kekayaan wilayah akan dipisahkan, serta lain-

lain pemasukan asli wilayah akan legal, akan bermaksud buat membuatkan kelulusan atas wilayah dalam menggali pendanaan dalam penerapan independensi wilayah selaku konkretisasi dasar desentralisasi.

C. Metode Penelitian

Tipe informasi akan dipakai dalam riset ini yakni informasi kuantitatif. Informasi kuantitatif ini dicoba dengan metode menyuguhkan informasi dalam wujud nilai. Dalam riset ini, informasi kuantitatif itu berbentuk informasi realisasi perhitungan kabupaten Pasaman Tahun 2019- 2023. Dari hasil olah informasi kuantitatif ini berikutnya hendak dianalisis kualitatif. Pangkal informasi akan dipakai oleh pengarang yakni pangkal informasi inferior serta pangkal informasi pokok. Pangkal informasi inferior ialah pangkal informasi akan didapat dengan mengakulasi dokumen- dokumen akan terdapat dalam badan itu ialah berbentuk fakta sasaran serta realisasi pendapatan pajak iklan. Sebaliknya pangkal informasi pokok ialah pangkal informasi akan didapat lewat tanya jawab langsung di jalani dengan pihak arahan ataupun karyawan wilayah kabupaten Pasaman.

Metode pengumpulan informasi akan dipakai lewat pemilihan serta tanya jawab. Metode pemilihan dalam riset ini dipakai selaku metode pengumpulan bermacam akta berarti akan berhubungan dengan dokumen-dokumen berbentuk informasi finansial mengenai perhitungan pajak iklan serta pemasukan asli wilayah Kabupaten Pasaman. Sebaliknya metode tanya jawab ialah aktivitas pertanyaan jawab atas pihak bersangkutan, arahan ataupun karyawan akan terpaut langsung dalam perpajakan. Tata cara analisa akan dipakai ialah tata cara analisa deskriptif serta analisa partisipasi. Analisa deskriptif, berperan buat mendefinisikan serta buat berikan cerminan keatas tingkatan pendapatan pajak iklan dengan memakai nilai kemajuan sasaran serta realisasi pendapatan pajak iklan dari tahun 2019- 2023 serta menarik kesimpulan dari insiden akan bisa di ukur. Analisa Partisipasi, Partisipasi pendapatan pajak iklan bisa dihitung dengan memakai metode selaku berikut:

$$\text{Kontribusi} : \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah}} \times 100$$

D. Hasil dan Pembahasan

1. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap pajak Daerah dan Pendapatan Asli daerah di Kabupaten Pasaman

Partisipasi pajak iklan keatas pajak wilayah serta pemasukan asli wilayah (PAD) dihitung dengan menyamakan jumlah pendapatan pajak wilayah serta pemasukan asli wilayah (PAD). Buat membuat partisipasi pajak iklan keatas pajak wilayah serta pemasukan asli wilayah (PAD) di kabupaten Pasaman memakai kalkulasi:

Berikut Rumus Kontribusi jika digambarkan :

$$\text{Kontribusi} : \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Daerah}} \times 100$$

$$\text{Kontribusi} : \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Realisasi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah}} \times 100$$

Dari hasil riset ditemui kalau kalkulasi pendapatan pajak iklan keatas pemasukan asli wilayah (PAD) di kabupaten Pasaman 5 tahun terakhir yakni selaku selanjutnya:

Bagan 4.1

Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Pasaman Tahun 2019-2023

Tahun	Pajak Reklame	Pendapatan Asli Daerah	%
2019	92.699.951,00	98.212.936.130,21	0,0009
2020	51.221.717,00	92.275.510.382,20	0,0005
2021	27.860.125,00	84.301.585.060,55	0,0003
2022	111.977.437,00	91.246.783.519,78	0,0012
2023	118.224.325,00	104.987.144.661,41	0,0011

Sumber : Badan Keuangan Daerah Kabupaten Pasaman (data diolah), Tahun 2025.

Dari bagan diatas kalau partisipasi pendapatan pajak iklan keatas pajak wilayah serta pemasukan asli wilayah dari tahun 2019- 2023 tidak sempat menggapai 100%. Angka partisipasi terbanyak dari pajak iklan keatas pajak wilayah serta pemasukan asli wilayah (PAD) yakni atas tahun 2022. Sebaliknya penyusutan partisipasi akan lumayan besar terjalin atas tahun 2021. Dengan cara atas umumnya partisipasi pendapatan pajak iklan di kabupaten Pasaman keatas pemasukan asli wilayah sebesar 0,0008%.

2. Hasil Analisis kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli Daerah (PAD) di kabupaten Pasaman

Diamati dari hasil riset kalau tingkatan partisipasi pendapatan pajak iklan keatas pendapatan pemasukan asli wilayah sepanjang 5 tahun terakhir ialah dari tahun 2019- 2023 tidak sempat menggapai sasaran 100%. Atas tahun 2021 partisipasi pajak iklan terletak atas nilai 0, 0008%, akan mana nilai partisipasi itu terhitung kecil dibanding dengan nilai partisipasi tahun akan lain. Analisa partisipasi pajak iklan atas Pemasukan asli wilayah (PAD) di Kabupaten Pasaman atas tahun 2019- 2023 ialah sebesar 0, 0009%, 0, 0005%, 0, 0003%, 0, 0012%, 0, 0011%.

Dengan cara atas umumnya partisipasi pendapatan pajak iklan keatas Pemasukan asli wilayah (PAD) sepanjang 5 tahun terakhir diawali atas tahun 2019- 2023 yakni sebesar 0, 0008%. Buat patokan serta penanda atas angka partisipasi pajak wilayah hingga bisa disimpulkan kalau partisipasi pajak iklan keatas pemasukan asli wilayah (PAD) sedang amat kurang.

Memandang situasi ini, penguasa kabupaten Pasaman (BKD) butuh mengali kemampuan pajak iklan di kabupaten Pasaman. Perihal ini memantulkan kemampuan akan belum seluruhnya digunakan. Dengan melaksanakan pengurusan akan bagus pajak iklan hendak mempunyai kemampuan buat jadi salah satu pangkal pemasukan penting. Melonjaknya pajak iklan bisa mensupport pembiayaan pembangunan serta bermacam aktivitas penguasa lewat Tubuh Finansial Wilayah (BKD) di kabupaten Pasaman.

Memandang situasi saat ini realitas nya di kabupaten Pasaman dengan populasi akan lalu bertumbuh serta melonjaknya kegiatan perekonomian, pajak iklan sepatutnya bisa jadi pangkal pemasukan akan penting buat wilayah. Hendak namun, kala dibanding kemampuan pajak iklan dengan situasi realitas nya di kabupaten Pasaman nampak terdapatnya kesenjangan antara sasaran serta realisasi. Aspek- Aspek akan menimbulkan perihal ini dapat terjalin diantara nya ialah:

a. Lemas nya penguatan hukum keatas owner iklan akan tidak melunasi pajak di kabupaten Pasaman salah satu nya tidak terdapatnya aksi jelas dari penguasa kabupaten Pasaman keatas pelaku upaya akan melanggar mengenai peraturan pajak iklan.

b. Minimnya pemahaman hendak peranan perpajakan atas golongan owner upaya banyak owner upaya akan menakutkan pajak selaku bobot keuangan akan kurangi profit mereka, alhasil mereka mengarah menunda ataupun apalagi menjauhi pembayaran Pajak iklan.

Pajak iklan bila dimaksimalkan dengan bagus hingga bisa membuatkan partisipasi akan lumayan besar keatas pendapatan pemasukan Asli wilayah (PAD). Dari hasil riset ditemui kalau Tubuh Finansial Wilayah (BKD) kabupaten Pasaman sudah melaksanakan upaya dalam usaha kenaikan pajak iklan. Atas dikala tanya jawab dengan karyawan buatan pemasukan upaya akan dicoba Tubuh Finansial Wilayah (BKD) dalam Usaha kenaikan pajak iklan di kabupaten Pasaman ialah selaku Selanjutnya:

1. Melaksanakan pemasyarakatan dengan cara intensif atas warga, paling utama para pelakon upaya, mengenai berartinya melunasi pajak iklan serta determinasi akan legal.

2. Penguasa spesialnya tubuh finansial wilayah kabupaten Pasaman pula melaksanakan aktivitas razia serta penyusunan iklan buas akan berkolaborasi dengan satpol PP buat memeriksa kehadiran iklan akan bermasalah.

3. Tubuh Finansial Wilayah membuatkan ganjaran akan jelas berbentuk kompensasi atas harus pajak iklan akan melanggar peraturan perpajakan reklame

4. Melaksanakan pengawasan keatas pemasangan iklan akan belum mempunyai permissi ataupun belum melunasi pajak.

5. Membuatkan jasa atas harus pajak, bagus dalam perihal registrasi, diskusi, ataupun pembayaran pajak

Bersumber atas hasil riset itu kalau upaya akan dicoba oleh Tubuh Finansial Wilayah (BKD) dalam tingkatan pendapatan pajak iklan telah lumayan bagus, alhasil dalam langkah- langkah itu diharapkan kemampuan pendapatan pajak iklan bisa dioptimalkan serta membuatkan partisipasi akan lebih besar keatas pemasukan asli wilayah (PAD). Dalam tingkatan kemampuan pendapatan pajak iklan penguasa kabupaten Pasaman berencana tingkatan pajak iklan dengan melaksanakan pemasyarakatan buat tingkatan uraian harus pajak hal peranan mereka. Tahap ini diharapkan bisa

memudahkan cara pembayaran pajak serta tingkatkan pemasukan asli wilayah (PAD).

Tidak hanya itu, penguasa wilayah pula butuh memikirkan pemakaian data teknologi dalam pengurusan pajak iklan. Pengembangan aplikasi ataupun sistem online buat registrasi serta pembayaran pajak bisa memudahkan cara buat owner iklan dan tingkatkan kejernihan dalam pengurusan pemasukan wilayah. Dengan cara totalitas, walaupun kemampuan pajak iklan di Kabupaten Pasaman amat besar, tantangan dalam aplikasi serta penguatan hukum butuh ditangani supaya bisa menggapai sasaran pendapatan akan diharapkan. Dengan usaha kolaboratif antara penguasa wilayah serta warga, diharapkan situasi ini bisa diperbaiki dalam durasi dekat buat perkembangan wilayah. Dengan melaksanakan penilaian keatas kebijaksanaan serta strategi akan diaplikasikan dalam pengurusan pajak iklan. Dengan pendekatan berplatform informasi serta analisa mendalam mengenai sikap harus pajak, penguasa bisa merumuskan kebijaksanaan akan lebih efisien serta responsif keatas keinginan warga. Atas kesimpulannya, kesuksesan dalam tingkatkan pendapatan pajak iklan tidak cuma tergantung atas penguatan hukum semata namun pula atas pemahaman beramai-ramai warga mengenai berartinya partisipasi mereka keatas pembangunan.

E. Kesimpulan

Partisipasi Pajak Iklan keatas Pemasukan Asli Wilayah Kabupaten Pasaman atas tahun 2019– 2023 ialah 0,0009%, 0,0005%, 0,0003%, 0,0012%, 0,0011%. Atas umumnya partisipasi pendapatan pajak iklan terletak di perbandingan 0,0008 % partisipasinya atas Pemasukan Asli Wilayah bisa dikategorikan sedang amat kurang. Pendapatan sasaran pendapatan pajak iklan tahun 2019- 2023 wilayah Kabupaten Pasaman, pendapatan pendapatan paling tinggi atas tahun 2022 ialah sebesar 0,0012% serta sangat terendah atas tahun 2021 0,0003%. Kalkulasi partisipasi pajak iklan dari tahun ke tahun hadapi instabilitas, perihal ini nampak sepanjang 5 tahun terakhir partisipasi pendapatan pajak iklan di kabupaten Pasaman atas umumnya tiap tahunnya sebesar 0,0008%. Perihal ini meyakinkan kalau persentase partisipasi pajak iklan keatas pemasukan asli wilayah atas tahun 2019- 2023 bisa dibilang sedang amat kurang.

F. Saran

Tubuh Finansial Wilayah (BKD) Kabupaten Pasaman diharapkan lalu memaksimalkan pemungutan Pemasukan Asli Wilayah dengan tingkatkan mutu tenaga kerja, dan tingkatkan pandangan kelembagaan, sistem pemungutan, pengawasan, pengaturan dalam pengurusan pemasukan asli wilayah itu serta bisa tingkatkan pendapatan pajak iklan tiap tahunnya dengan menganalisa potensi-potensi pajak akan bisa tingkatkan realisasi pendapatan pajak iklan. dan melaksanakan bimbingan serta pemasyarakatan atas warga supaya warga mempunyai pemahaman serta disiplin dalam membayarkan pajak iklan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Achmad, 'Strategi Badan Pendapatan Daerah Dalam', (2019), *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 7.4
- Berwulo, Luigi Laurens Derosario, Vecky A J Masinambow, and Patrick C Wauran, (2019), 'Analisis Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Jayapura Analysis Of Local Revenue (PAD)', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 17.01
- Dedi, (2019), 'Konsep Kewajiban Membayar Pajak Dan Zakat Dalam Islam', *Jurnal Penelitian & Pengabdian*, 5.2
- Dwi Astuty Arfah, Eka Ariaty Arfah, and Muhammad Reza Ramdani, (2021) 'Kontradiksi Potensi Dan Realisasi Pajak Reklame', *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 5.2
- Firdausi, Novandina Izzatillah, (2020), 'Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak Perusahaan Dan Audit Pajak Terhadap Pendapatan Pajak Penghasilan Perusahaan : Studi Kasus Di Kantor Pelayanan Pajak Jakarta Kebayoran Lama Yunita', *Kaos GL Dergisi*, 8.75
- Herfina, Melli, and Reta Purnama Sari, (2024), 'Analisis Penerapan Perhitungan Dan Pelaporan Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Padang', 3.2
- Humairah, Fitrah, Vivin Kadriani Matondang, and Fauziah Lubis, (2023), 'Advokat Dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif', *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*, 5.2
- Indrihastuti, Poppy, and Mulimatul Amaniyah, (2020), 'Peran Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Malang', *Optima : Jurnal Ilmiah Agribisnis, Ekonomi Dan Sosial*, 4.1
- Kenap, Amira (2021), 'Proses Penyusunan Rancangan Peraturan Daerah Menjadi Peraturan Daerah', *Lex Administratum*, 9.3
- Lieubun, Meyliana Adriani, and Yustina Peniyanti Jap, (2019), 'Kontribusi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi Empiris Pada Pemerintah Kota Depok Tahun Anggaran 2015-2018)', *Jurnal*

Kontemporer Akuntansi, 2.2

- Naibaho, F, J J Sondakh, and S Tangkuman, (2021) 'Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kota Manado', *Jurnal EMBA*, 9.3
- Natalia, Irene, and Khoerunnisa Kusumaningtyas, (2023), 'Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah', *Jurnal Akuntansi*, 17.2
- Nevada, Verrel Aurellia, and Aang Munawar, (2022) 'Tinjauan Pemungutan Dan Perhitungan Terhadap Pajak Reklame Tahun 2021 Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor', *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2.3
- Pradana, Jundi Amiruddin, Harijanto Sabijono, and Victorina Z Tirayoh, (2022), 'Kontribusi Dan Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Tidore Kepulauan Provinsi Maluku Utara', *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya Dan Hukum)*, 5.2
- Pratiwi, (2020), 'Pengaruh Retribusi Daerah Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Palopo', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*,
- Rorong, Tesselonica, Novi Swandari Budiarto, and Christian Datu, (2024), 'Analisis Perhitungan Pemungutan Dan Pelaporan Pajak Reklame Atas Pemasangan Billboard Pada CV Karya Wenang Manado', *Riset Akuntansi Dan Portofolio Investasi*, 2.1
- Sapulette, Cornelia, (2022), 'Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Ambon', *Universitas Pattimura, Ambon, Maluku*, 6.1
- Suoth, Calvin, Jenny Morasa, and Victorina Tirayoh, (2022), 'Analisis Efektifitas Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa', *Jurnal Emba*, 10.1
- Sukma Faradiba, Slamet Muchsin, Hayat, (2021) 'Efektivitas Kinerja Pelayanan Sensus Penduduk Berbasis Online Di Badan Pusat Statistik Kota Malang', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.1
- Yasser, Haekal, and Tituk Diah Widajantie, (2022), 'Pengaruh Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi Jatim', *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6.1