

Evaluasi Penerapan Optimasi Pendapatan Melalui Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari Tahun 2018-2022

Wa Ode Lutfian¹, Safri Nurmantu²

^{1,2} Pascasarjana Program Studi Ilmu Administrasi, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

Email : waodelutfian695@gmail.com ¹, safri@stiami.ac.id ²

* Corresponding author

ARTICLE INFO

Keywords

Billboard Tax;
Evaluation;
Local Revenue;
Revenue Optimization

ABSTRACT

This study aims to determine and evaluate the application of revenue optimization through billboard tax in increasing Kendari City Local Revenue, inhibiting and supporting factors and efforts to overcome inhibiting factors in the application of revenue optimization through billboard tax in increasing Kendari City Local Revenue. The research approach used is descriptive qualitative with data collection techniques through in-depth interviews (In-depth Interview) The informants were determined using a purposive sampling technique, involving three people from the Kendari City Regional Revenue Agency as key informants, one person from academia, and one person from the taxpayer. The research instrument used was the researcher himself, with data collected through field observations, interviews, and documentation. The results showed that revenue optimization through billboard tax aims to increase local revenue through more efficient and effective tax management and collection by increasing taxpayer compliance and utilization of billboard tax which has not been optimal and is expected to increase significantly to support development and improve public services.

PENDAHULUAN

Pajak daerah merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD) yang penting bagi pemerintah daerah untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah. Salah satu jenis pajak daerah yang memiliki potensi besar adalah pajak reklame. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, Otonomi daerah merupakan pemerdayaan daerah dalam upaya mengambil keputusan daerah untuk mengelola sumberdaya yang dimiliki dengan potensi dan kepentingan daerah itu sendiri.

Tolak ukur kemandirian daerah dapat dilihat dari pelaksanaan otonomi daerah dengan mengukur seberapa besar kemampuan keuangan suatu daerah dalam menyelenggarakan otonomi daerah, dimana salah satu sumber tersebut berasal dari pendapatan asli daerah (PAD). Sumber penerimaan PAD berasal dari beberapa hasil daerah seperti pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah. Semakin tinggi kewenangan fiskal daerah maka semakin besar peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam struktur keuangan daerah, begitu pula sebaliknya. Menurut Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame : "Reklame adalah benda, alat, pembuatan atau benda yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan atau dinikmati oleh umum.". Pemasangan reklame akan terus meningkat seiring dengan perkembangan dunia usaha, sehingga perlu diolah secara maksimal dan dioptimalkan pemungutan pajaknya oleh Pemerintah Daerah. Dapat dilihat dalam tabel laporan realisasi Pendapatan Pemerintah Daerah berikut :

Tabel I.1

Target dan Realisasi penerimaan Pajak Reklame Tahun Anggaran 2018 – 2022

Tahun	Target Penerimaan (Rp)	Realisasi Penerimaan (Rp)	Persentase Penerimaan
2018	2.270.000.000	2.460.395.050	108,38
2019	2.789.207.100	2.761.396.475	99
2020	2.420.000.000	2.605.582.000	107,66
2021	2.624.500.000	2.945.638.125	112,23
2022	3.150.000.000	3.654.435.050	116,01

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Kendari, diolah Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa persentase target dan realisasi memiliki angka yang tidak stabil pada tahun 2018-2022. realisasi pajak reklame yang mencapai target hanya pada tahun 2018, 2020, 2021, 2022 dengan persentasi lebih dari 100 persen atau melebihi targe yang telah ditetapkan. Sedangkan tahun 2019 realisasi pajak reklame tidak mencapai target dengan persentase 99 persen. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi penerimaan pajak reklame mengalami penurunan realisasi penerimaan pajak daerah Kota Kendari terjadi pada tahun 2019 menunjukkan bahwasannya fenomena yang terjadi di Kota Kendari adalah pemungutan pajak reklame Kota Kendari belum maksimal disebabkan oleh keterlambatan dalam pembayaran pajak oleh wajib pajak, belum optimalnya pendataan wajib pajak reklame, Proses pendataan yang tidak akurat atau tidak lengkap dapat mengakibatkan banyak pemilik reklame yang tidak terdaftar, sehingga potensi penerimaan pajak tidak dapat dimaksimalkan.

Keterbatasan dalam sistem informasi dan metode pengumpulan data juga dapat menyebabkan kesulitan dalam mengidentifikasi wajib pajak yang sebenarnya. Selain itu, adanya perubahan lokasi dan jumlah reklame yang sering terjadi membuat data yang ada cepat usang. Ketidakakuratan dalam pendataan ini mengakibatkan pemerintah daerah tidak dapat mengeluarkan tagihan pajak yang tepat, sehingga mempengaruhi tingkat kepatuhan dan penerimaan pajak secara keseluruhan, keterbatasan sumber daya manusia di instansi pemerintah yang bertanggung jawab untuk pengawasan dan penegakan hukum juga menjadi kendala, mengakibatkan banyak pelanggaran yang tidak terdeteksi, kurangnya kesadaran wajib pajak reklame untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi terhadap efektivitas penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan PAD di Kota Kendari tahun 2018-2022. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektivitas penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan PAD, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penerimaan pajak reklame, dan merumuskan strategi untuk meningkatkan efektivitas penerimaan pajak reklame di masa depan.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Gunadi (2016:12), “Administrasi pajak dalam arti sempit merupakan penatausahaan dan pelayanan atas hak-hak dan kewajiban pembayaran pajak, baik penatausahaan dan pelayanan yang dilakukan dikantor pajak maupun di tempat wajib pajak, sedangkan administrasi dalam arti luas meliputi fungsi, sistem dan organisasi atau kelembagaan. Sebagai suatu fungsi, administrasi perpajakan meliputi perencanaan , pengorganisasian, penggerak dan pengendalian perpajakan.”

Menurut Pohan (2014:13) “Manajemen perpajakan adalah usaha menyeluruh yang dilakukan oleh tax manager dalam suatu perusahaan atau organisasi agar hal-hal yang berhubungan dengan perpajakan dari perusahaan atau organisasi tersebut dapat dikelola dengan baik, efisien, dan harmonis sehingga memberikan kontribusi maksimum bagi perusahaan.” Menurut Mansury (2003:106) *Tax Administration* dirinci menjadi *The Institution* (lembaga), *The Persons who work there* (para pegawai)

dan *The Procedure* (prosuder perpajakan). Dengan merujuk pada pengertian tersebut, maka sistem perpajakan dapat disebut sebagai motoda atau cara bagaimana mengelola utang pajak yang terutang oleh Wajib Pajak dapat mengalir ke kas Negara. Untuk itu sistem perpajakan terdiri dari *Self Assessment System, Official Assessment System dan Witholding Tax System*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan induktif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:296), observasi diartikan sebagai kegiatan mengati secara langsung tanpa mediator/sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Kegiatan observasi meliputi melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018:233), wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Dengan demikian tujuan pengumpulan data dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi lebih mendalam dari para informan, mendapatkan data atau materi yang berhubungan dengan penulisan penelitian ini dari pihak-pihak yang kompeten.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019:314), dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara mendalam penelitian kualitatif. Penggunaan dokumen dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2011:217).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari tabel di atas, data penerimaan pajak reklame di Kota Kendari dari tahun 2018 hingga 2022 menunjukkan efektivitas yang meningkat dalam pencapaian target penerimaan. Pada tahun 2018, target penerimaan sebesar Rp2.270.000.000 berhasil direalisasikan menjadi Rp2.460.395.050, dengan persentase pencapaian mencapai 108,38%. Tahun berikutnya, meskipun target sedikit lebih tinggi, realisasi penerimaan sedikit menurun menjadi 99% dari target yang ditetapkan, yaitu Rp2.789.207.100. Namun, pada tahun 2020, realisasi penerimaan kembali meningkat menjadi Rp2.605.582.000, melebihi target Rp2.420.000.000 dengan persentase pencapaian 107,66%.

Tahun 2021 menunjukkan pencapaian yang sangat baik, di mana realisasi penerimaan mencapai Rp2.945.638.125, melampaui target Rp2.624.500.000 dengan persentase 112,23%. Peningkatan ini menunjukkan efektivitas upaya yang dilakukan dalam sosialisasi dan pengelolaan pajak reklame. Puncak pencapaian terjadi pada tahun 2022, di mana realisasi penerimaan mencapai Rp3.654.435.050, jauh melampaui target Rp3.150.000.000, dengan persentase pencapaian mencapai 116,01%. Ini mengindikasikan bahwa terdapat peningkatan kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban pajak reklame, serta efektivitas dari langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah daerah dalam memfasilitasi dan mengelola pajak.

Secara keseluruhan, efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Kendari menunjukkan tren positif dengan pencapaian yang selalu berada di atas target dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini mencerminkan bahwa upaya untuk meningkatkan sosialisasi, penyederhanaan proses perizinan, dan pengawasan yang lebih baik telah memberikan hasil yang baik. Dengan mempertahankan dan meningkatkan strategi-strategi ini, diharapkan penerimaan pajak reklame dapat terus meningkat,

sehingga berkontribusi signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari di masa mendatang. Penerimaan pajak reklame di Kota Kendari dari tahun 2018 hingga 2022 menunjukkan perkembangan yang bervariasi pada berbagai jenis reklame. Pada reklame papan/bill board, terdapat tren peningkatan yang konsisten, dimulai dari Rp2.285.424.050 di tahun 2018 dan mencapai Rp3.263.017.325 pada tahun 2022. Kenaikan yang signifikan ini menunjukkan bahwa papan reklame tetap menjadi pilihan utama bagi pengiklan dan memberikan kontribusi besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Di sisi lain, reklame kain menunjukkan fluktuasi; meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2021, pendapatannya meningkat kembali menjadi Rp251.184.825 pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa meski kurang dominan, reklame kain masih memiliki pangsa pasar yang potensial.

PEMBAHASAN

1. Evaluasi Optimasi Pendapatan melalui pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari

Evaluasi optimasi pendapatan melalui pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kendari periode 2018-2022 menunjukkan dinamika yang signifikan terkait peran pajak reklame dalam mendukung keuangan daerah. Selama periode tersebut, pajak reklame menjadi salah satu sumber pendapatan yang penting bagi pemerintah kota, mengingat pertumbuhan sektor periklanan yang pesat seiring dengan perkembangan infrastruktur dan urbanisasi di Kendari.

Peningkatan jumlah reklame yang terdaftar dan nilai pajak yang dipungut, meskipun belum sepenuhnya optimal. Beberapa faktor yang mempengaruhi optimasi pendapatan melalui pajak reklame antara lain pengawasan yang ketat terhadap pelanggaran, dan kesadaran wajib pajak tentang kewajiban perpajakan mereka. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan seperti kurangnya sumber daya manusia yang memadai di bidang pengawasan dan penegakan hukum, serta keterbatasan teknologi informasi yang dapat memudahkan proses pemantauan dan pencatatan.

Evaluasi optimasi pendapatan melalui pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kendari merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kapasitas keuangan daerah, terutama dalam konteks pembiayaan pembangunan dan pelayanan publik. Pajak reklame adalah pajak yang dikenakan pada setiap bentuk iklan atau reklame yang ada di wilayah suatu daerah. Sebagai salah satu sumber PAD, pajak reklame diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap anggaran daerah.

2. Faktor Penghambat dan Pendukung Optimasi Pendapatan melalui Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari

Berdasarkan hasil penelitian faktor penghambat dan pendukung dalam efektivitas penerimaan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari yaitu sebagai berikut

a. Faktor Penghambat

1) Prosedur yang rumit atau tidak efisien

Meskipun ada kemajuan dalam sistem perizinan, beberapa Wajib Pajak masih merasa bahwa prosedur yang ada terlalu rumit atau memakan waktu, yang menghambat mereka dalam memenuhi kewajiban pajak tepat waktu. Terkadang proses verifikasi atau pengajuan izin reklame dirasa terlalu birokratis dan mengurangi efektivitas kebijakan.

2) Keterbatasan sumber daya manusia (SDM)

Salah satu hambatan yang dihadapi oleh Bapenda adalah keterbatasan jumlah pegawai yang dapat mengawasi dan mengelola administrasi pajak reklame dengan optimal. Hal ini menghambat kecepatan dan efektivitas pengawasan. Proses administrasi yang dianggap rumit oleh wajib pajak menjadi hambatan tersendiri. Banyak dari mereka merasa bahwa prosedur

pengajuan izin dan pembayaran pajak terlalu kompleks dan memakan waktu. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan penyederhanaan prosedur serta peningkatan pelayanan agar lebih mudah diakses oleh wajib pajak untuk memudahkan proses pemantauan dan pencatatan.

3) Regulasi yang tumpang tindih dan perubahan kebijakan yang tidak konsisten

Kebijakan pajak reklame mengalami perubahan yang cepat atau tidak konsisten. Hal ini menambah ketidakpastian bagi Wajib Pajak dan menghambat kepatuhan. Untuk mengoptimalkan penerimaan pajak reklame, penting untuk memiliki kebijakan dan regulasi yang jelas dan efektif. Pemerintah Kota Kendari perlu mengatur tarif pajak reklame sesuai dengan jenis reklame dan lokasi pemasangannya, seperti reklame di jalan utama, area perkantoran, atau tempat-tempat wisata. Penetapan tarif yang adil dan transparan akan membantu meningkatkan penerimaan.

b. Faktor Pendukung

1) Kemudahan dalam proses perizinan dan pembayaran

Bagi Wajib Pajak, proses yang mudah dan transparan dalam perizinan dan pembayaran pajak reklame merupakan faktor pendorong utama. Adanya sistem online yang dapat diakses dengan mudah memberikan kenyamanan bagi mereka dalam melaksanakan kewajiban pajak.

2) Peningkatan sistem administrasi dan teknologi

Penerapan teknologi dalam sistem perizinan dan pembayaran pajak reklame sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi dan akurasi pendataan. Penggunaan sistem berbasis online untuk registrasi dan pelaporan pajak mempermudah pemantauan dan mempercepat proses administrasi.

3) Penerapan tarif pajak yang sesuai dengan kemampuan ekonomi daerah

Tarif pajak yang lebih seimbang dan tidak memberatkan sektor usaha kecil bisa menjadi pendorong yang penting dalam mendukung optimasi pendapatan daerah, karena hal ini akan mendorong lebih banyak Wajib Pajak untuk mematuhi kewajiban.

3. Upaya untuk mengatasi Faktor Penghambat dalam Optimasi Pendapatan melalui Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari

Terdapat sejumlah upaya yang dilakukan oleh Badan pendapatan Daerah Kota Kendari dalam mengatasi faktor penghambat dalam optimasi pendapatan melalui pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari. Upaya-upaya ini berhubungan dengan faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Melakukan Penyederhanaan prosedur dan kemudahan akses. Bapenda dapat menyederhanakan prosedur perizinan dan pembayaran pajak reklame. Upaya untuk mempermudah proses administrasi, baik dalam bentuk pengurangan dokumen yang diperlukan atau pengenalan sistem online yang lebih user-friendly, dapat mengurangi beban birokrasi dan meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak serta mengimplementasikan sistem online untuk pendaftaran, pembayaran, dan pemantauan reklame yang memudahkan wajib pajak dan meningkatkan transparansi.
- b. Melakukan peningkatan kapasitas SDM dan pelatihan. keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang menjadi hambatan utama, Bapenda melakukan pelatihan berkala untuk meningkatkan kemampuan pegawai dalam mengelola administrasi pajak reklame serta pengawasan terhadap pelanggaran reklame ilegal. Dengan meningkatkan kapasitas SDM, Bapenda berharap dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan pajak reklame.
- c. Melakukan evaluasi dan revisi kebijakan secara berkala. Bapenda diharapkan dapat menerapkan secara rutin evaluasi terhadap kebijakan pajak reklame, khususnya terkait dengan tarif pajak yang diberlakukan dan dampaknya terhadap pelaku usaha. Revisi kebijakan yang lebih responsif terhadap kondisi ekonomi dan sektor usaha dapat membantu mengatasi ketidakpuasan yang muncul akibat tarif yang dirasa tinggi atau prosedur yang rumit.

- d. Memberikan sosialisasi lebih intensif di berbagai wilayah kerja sehingga tidak terdapat lagi wajib pajak yang kekurangan informasi mengenai pajak reklame dan memenuhi kewajiban pajak secara rutin untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai evaluasi optimasi pendapatan melalui pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Optimasi pendapatan melalui pajak reklame bertujuan untuk meningkatkan penerimaan daerah melalui pengelolaan dan pemungutan pajak yang lebih efisien, efektif, dan transparan. Dengan meningkatnya kepatuhan wajib pajak dan pemanfaatan pajak reklame yang belum optimal dan diharapkan dapat meningkat secara signifikan sehingga mendukung pembangunan dan peningkatan pelayanan publik.
2. Faktor Penghambat dan Pendukung Optimasi Pendapatan melalui Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari yaitu prosedur yang rumit atau tidak efisien, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan regulasi yang tumpang tindih dan perubahan kebijakan yang tidak konsisten. Untuk itu diperlukan faktor pendukung yaitu memberikan kemudahan dalam proses perizinan dan pembayaran, melakukan peningkatan sistem administrasi dan teknologi.
3. Upaya mengatasi faktor penghambat dalam optimasi pendapatan melalui pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari adalah melakukan penyederhanaan prosedur dan kemudahan akses pembayaran pajak, melakukan peningkatan kapasitas SDM dan pelatihan dan melakukan evaluasi dan revisi kebijakan secara berkala serta memberikan sosialisasi lebih intensif di berbagai wilayah kerja sehingga tidak terdapat lagi wajib pajak yang kekurangan informasi mengenai pajak reklame.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aditya, I Made Rio., Elim, i., Pusung, R. 2021. *Evaluasi Pajak Reklame dan Kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 9 No. 1.
- [2] Creswell, J. W. 2003. *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches Second Edition*. New Delhi: Sege Publications.
- [3] Creswell, J. W. 2014. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [4] Dunn, W. N. 2018. *Public Policy Analysis: An Intergrated Approach (Sixth Edition)*. New York: Routledge
- [5] Kobandaha, R., Wokas, H. 2016. *Analisis Efektivitas, Kontribusi dan Potensi Pajak Reklame dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 4 No. 1.
- [6] Landeng, C., Nangoi, G., Alexander, S. 2021. *Evaluasi Kontribusi dan Efektivitas Pajak Parkir dan Pajak Reklame Kota Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 9 No. 2.
- [7] Linclon, Yvonna S & Egon G. Guba. 1985. *Naturalistic Inquiry*. California: Sage
- [8] Mansury, R. 2003. *Perpajakan atas Penghasilan dan Transaksi-transaksi Khusus*. Jakarta: YP 4.
- [9] Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [10] Neuman, W. 2014. *Social Research Methods: Quantitatif and Qualitatif Approaches Seventh Edition*. Assex: Person Education Limited.
- [11] Nurmant, Safri. 2003. *Pengantar Perpajakan; edisi 2*. Jakarta: Granit.

- [12] Rismansyah. 2014. *Analisis Kontribusi Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Ogan Ilir*. Jurnal Media Wahana Ekonimika, Vol. 11 No. 1.
- [13] Sarani, Inka T., Asraf., Hasnita, N. 2023. *Analisis Efektivitas Pajak Hotel dan Pajak Reklame serta Kontribusinya dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Kendari*. Jurnal Akutansi STEI, Vol. 6 No. 2.
- [14] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [15] Winarno, Budi. 2007. *Kebijakan Publik (Teori dan Proses)*. Jakarta: PT Buku Kita