

ANALISIS IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME VIDEOTRON DALAM RANGKA PENINGKATAN PENERIMAAN PAJAK REKLAME PADA UNIT PELAYANAN PEMUNGUTAN PAJAK DAERAH WILAYAH MENTENG JAKARTA PUSAT TAHUN 2021

Muhamad Ridwan Rinaldi¹, Rahadi Pratomo Singgih^{2*}

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Indonesia

Email : gerernaldi20@gmail.com¹, rahadipratomo@gmail.com²

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

Keywords

Implementation of policy,
videotron advertisement

ABSTRACT

Advertisement tax has become an interesting topic for study. Advertisements are widely used by various institutions, both business and non-business, to convey specific information. The development of businesses accompanied by rapid technological advancements makes the development of advertisements worth noting, especially from a taxation perspective which may be a promising source of revenue for local governments. One form of advertisement that is currently developing is the videotron type. Videotron is an electronic medium that displays videos using Light Emitting Diode (LED). LED is a type of lighting that uses semiconductors to convert electricity into light. It is usually used outdoors as a sign of a place or to display advertisements. The purpose of this research is to analyze the implementation of the videotron advertisement tax collection policy in order to increase advertisement tax revenue at the Regional Tax Collection Unit of Menteng, Central Jakarta in 2021, using a qualitative method where primary data is obtained through interviews and secondary data. The results of this analysis explain that the implementation of the videotron advertisement tax collection policy in order to increase advertisement tax revenue at the Regional Tax Collection Unit of Menteng, Central Jakarta in 2021 is categorized as good in terms of 4 (four) aspects, namely : 1) Communication, 2) Resources, 3) Disposition, and 4) Bureaucratic Structure, with a slight problem in the Resources aspect where the ratio of tax officers is still very small compared to the number of videotron advertisement tax objects.

PENDAHULUAN

Pajak daerah dan retribusi daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting untuk membiayai pelaksanaan pemerintahan daerah. Untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, pemerintah memberikan perluasan objek pajak daerah dan retribusi daerah, serta memberikan diskresi dalam penetapan tarifnya. Pajak daerah adalah pajak-pajak yang dikelola pemerintah daerah di tingkat Provinsi maupun Kabupaten/Kota. Sedangkan, retribusi daerah merupakan pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/ atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan pribadi atau badan. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

merupakan dasar pemungutan pajak dan retribusi daerah. memaksimalkan potensi pendapatan daerah dalam menggali sumber pendapatan daerah dalam menunjang pembangunan daerah. Berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang- Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah adalah kontribusi wajib kepala daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Merujuk pada peraturan pajak daerah tersebut, pajak reklame menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Reklame banyak digunakan oleh berbagai lembaga baik bisnis maupun non- bisnis untuk menyampaikan informasi tertentu. Perkembangan bisnis yang diiringi dengan kemajuan teknologi yang pesat membuat perkembangan reklame patut untuk diperhatikan, terutama dari sisi perpajakan yang mungkin bisa menjadi sumber pendapatan yang cukup menjanjikan bagi pemerintah daerah. Semakin berkembangnya zaman, semakin banyak pula cara seseorang untuk melakukan kegiatan promosi. Salah satu bentuk reklame yang sedang berkembang dewasa ini adalah jenis videotron. Videotron adalah media elektronik yang menayangkan video dengan Light Emitting Diode (LED). LED merupakan tipe pencahayaan yang menggunakan semikonduktor untuk mengubah listrik menjadi cahaya. Biasanya digunakan diluar ruangan / outdoor sebagai petunjuk suatu tempat atau untuk menayangkan iklan. Videotron merupakan bentuk dari reklame digital dengan visual gambar bergerak (Digital Visual Advertising).

Peraturan yang mengatur perhitungan pajak reklame diatur didalam Peraturan Gubernur nomor 24 tahun 2022. terdapat perbedaan nilai tarif kelas jalan yang signifikan dan untuk penyelenggaraan reklame dengan pihak ke-3 hingga 100%. Dengan kenaikan tersebut berdampak pada penyelenggara reklame videotron menunda untuk melakukan pendaftaran pajak reklamnya sebagai wujud tidak sepakat dengan peraturan yang telah di undangkan. Pentingnya penerimaan pajak bagi daerah sehingga perlu adanya suatu fungsi yang efektif atas pengawasan pajak, khususnya pada penerimaan pajak reklame dan prosedur menyeluruh pada umumnya yang memadai. Untuk mencegah terjadinya kecurangan-kecurangan sehingga penerimaan pajak reklame salah satu sumber pendapatan asli daerah dapat ditingkatkan. Berdasarkan perumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Bagaimana implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Videotron Dalam Rangka Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah Wilayah Menteng Jakarta Pusat Tahun 2021.

KAJIAN PUSTAKA

1. **Administrasi Publik** : Menurut Resenbloom (2015) mendefinisikan : “Administrasi publik merupakan pemanfaatan teori-teori dan proses-proses manajemen, politik dan hukum untuk memenuhi keinginan pemerintah di bidang legislative, eksekutif dalam rangka fungsi-fungsi pengaturan dan pelayanan terhadap masyarakat secara keseluruhan atau sebagian.” Menurut Keban (2014), mendefinisikan bahwa : “Istilah Administrasi Publik menunjukkan bagaimana pemerintah berperan sebagai agen tunggal yang berkuasa atau sebagai regulator, yang aktif dan selalu berinisiatif dalam mengatur atau mengambil langkah dan prakarsa, yang menurut mereka penting atau baik untuk masyarakat karena diasumsikan bahwa masyarakat adalah pihak yang pasif, kurang mampu, dan harus tunduk dan menerima apa saja yang diatur pemerintah.”
2. **Administrasi Pajak** : dalam arti luas dapat dilihat sebagai fungsi, sistem, lembaga dan manajemen publik. Sedangkan administrasi pajak dalam arti sempit merupakan penatausahaan

dan pelayanan terhadap kewajiban-kewajiban dan hak-hak wajib pajak, baik penatausahaan dan pelayanan tersebut dilakukan di kantor fiskus maupun di kantor wajib pajak. Yang termasuk dalam kegiatan penatausahaan ini (clerical works) adalah pencatatan (recording), penggolongan (classifying) dan penyimpanan (filing).

3. **Pajak Daerah** : Menurut Mardiasmo (2018:12) mendefinisikan : “Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”
4. **Pajak Reklame** : menurut Aries Djaenuri (2012:91), adalah: “Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.”
5. **Videotron** : adalah media promosi atau periklanan yang menggunakan layar elektronik besar dan terang yang dipasang di lokasi publik seperti jalan raya, gedung perkantoran, atau pusat perbelanjaan. Layar ini biasanya menampilkan iklan video dan gambar yang menarik perhatian.
6. **Implementasi** : menurut Kamus Webster yang dikutip oleh Solichin Abdul Wahab (2014:64) adalah “to provide the means for carrying out (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu); dan to give practical effect to (untuk menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu)”.

Kerangka Pemikiran

Dalam menganalisis implementasi kebijakan pajak reklame videotron di UPPPD Menteng peneliti menggunakan pendapat Menurut George Edward III dalam Widodo (2010:96) terdapat 4 faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan implementasi kebijakan antara lain yaitu faktor (1) komunikasi, (2) sumberdaya, (3) disposisi dan (4) struktur birokrasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis Implementasi kebijakan pajak reklame videotron pada UPPPD Menteng Jakarta Pusat Tahun 2021. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif (Descriptive Research) merupakan penelitian terhadap masalah- masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan current status dari subyek yang di teliti. Mulyadi, 2020:103). Dalam penelitian kualitatif beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada penyimpulan. Tujuan utama dalam penelitian kualitatif yaitu, pertama menggambarkan dan mengungkapkan (to describe and explor) dan kedua menggambarkan dan menjelaskan (to describe and explain). Sementara Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian bagaimana Implementasi Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi Pemasaran. Informasinya diperoleh dari hasil. Tahapan penting dalam proses penelitian ialah pengumpulan data. Maka dalam penelitian kualitatif ini, pengumpulan data yang dilakukan ialah natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara secara mendalam dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Peraturan yang mengatur perhitungan pajak reklame diatur didalam Peraturan Gubernur nomor 24 tahun 2022. terdapat perbedaan nilai tarif kelas jalan yang signifikan dan untuk penyelenggaraan reklame dengan pihak ke-3 hingga 100%. Dengan kenaikan tersebut berdampak pada penyelenggara reklame videotron menunda untuk melakukan pendaftaran pajak reklamnya sebagai wujud tidak sepakat dengan peraturan yang telah di undangkan. Pentingnya penerimaan pajak bagi daerah sehingga perlu adanya suatu fungsi yang efektif atas pengawasan pajak, khususnya pada penerimaan pajak reklame dan prosedur menyeluruh pada umumnya yang memadai. Untuk mencegah terjadinya kecurangan-kecurangan sehingga penerimaan pajak reklame salah satu sumber pendapatan asli daerah dapat ditingkatkan.

Pajak reklame seharusnya cukup potensial untuk mempengaruhi peningkatan pendapatan asli daerah dikarenakan setiap tahunnya semakin banyak reklame yang dipasang sepanjang jalan terkhusus Jakarta sebagai ibu kota, namun realisasi penerimaan pajak reklame DKI Jakarta tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah jumlah objek pajak Reklame Provinsi DKI Jakarta Tahun 2021.

Tabel. IV.7

Target dan Realisasi Pajak Reklame UPPPD Menteng Tahun 2017 sd 2021

Tahun	Target	Realisasi	Persentasi
2017	900.000.000.000	964.753.811.014	107,19
2018	1.150.000.000.000	1.014.794.778.877	88,24
2019	1.050.000.000.000	1.078.475.754.645	102,71
2020	775.000.000.000	819.465.419.996	105,74
2021	875.000.000.000	927.215.764.797	105,97

Sumber: Bapenda DKI Jakarta 2021

Dari banyaknya jumlah objek pajak reklame, maka seharusnya memberikan kontribusi yang cukup besar pada Pendapatan Asli Daerah. Namun dari beberapa pajak reklame yang selalu menjadi permasalahan dilapangan baik secara administratif maupun teknis adalah jenis pajak reklame yang menggunakan videotron. Salah satu wilayah yang ada di Jakarta Pusat sebagai bagian wilayah terpadat di DKI Jakarta adalah Kecamatan Menteng. Pada wilayah ini hampir setiap hari selalu dipadati oleh aktivitas bisnis karena banyak akses jalan utama yang terfasilitasi dengan baik menuju lokasi-lokasi strategis pusat bisnis dan pemerintahan sehingga dari tingginya intensitas traffict kendaraan maupun pejalan kaki menjadikan banyak lokasi strategis yang dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan baik produk maupun non produk melalui papan-papan reklame tidak terkecuali media videotron yang dianggap sebagai strategi marketing yang efektif.

Pembahasan

1. Pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron Dimensi Komunikasi

Sejak peraturan ditetapkan sebagai dasar pengenaan pajak reklame pada umumnya dan pajak reklame videotron atau lebih sering di sebut reklame LED, Bapenda atau dalam hal ini UPPPD melakukan sosialisai tentang peraturan tersebut dengan mengundang biro reklame. Selain itu juga wajib pajak / biro reklame juga datang ke kantor untuk menanyakan teknis perhitungan, teknis pendaftaran dan lainnya. Dengan dikeluarkannya aturan tentang teknis

pelaksanaan pemungutan pajak reklame dan teknis tentang izin penyelenggaraan reklame maka diharapkan adalah penerimaan pajak reklame. Terdapat cara tersendiri untuk menghitung besaran pajak videotron yang berbeda dengan jenis reklame. Tujuan dan sasaran dari diterbitkannya kebijakan pemungutan pajak reklame videotron dalam rangka peningkatan penerimaan pajak saya kira untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak

2. Pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron Dimensi Sumber Daya

Sumber daya manusia yang ada di Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah Wilayah Menteng Jakarta saat ini berjumlah 14 orang termasuk tenaga yang diperbantukan. Dengan jumlah sumber daya manusia yang terbatas sedangkan beban pekerjaan yang besar seperti melakukan pelayanan terhadap Pajak Hotel, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Restoran dan masih banyak lagi, maka tugas yang ada kami bagi sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya masing-masing guna pencapaian target. Terkait sumber anggaran yang dimiliki oleh UPPPD wilayah Menteng dalam pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron sudah teralokasi sesuai aturan budgeting yang berlaku dimana dilihat dari jumlah sangat terbatas bahkan relatif minim.

3. Pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron Dimensi Disposisi

Peran visi dan misi dalam suatu organisasi pada pemerintahan sangat menentukan dalam suatu upaya mencapai keberhasilan, berkaitan bahwa setiap organisasi harus memiliki visi dan misi sebagai panduan. Visi merupakan gambaran (wawasan) atau pernyataan tentang organisasi apa yang ingin diwujudkan di masa yang akan datang. Sedangkan misi adalah pernyataan yang diterapkan dengan mempertimbangkan rumusan penegasan dan keinginan dari dalam serta memberi arah yang jelas. Dalam penyusunan belanja pegawai di kota administrasi Jakarta Utara strategi yang diterapkan adalah prinsip *the right man on the right job*. Sehingga pegawai yang ditugaskan dalam penyusunan belanja pegawai benar-benar dilaksanakan oleh pegawai yang memiliki kapasitas dan kemampuan dalam pengerjaannya baik teknis hingga pelaporannya. Penetapan tujuan dan objektivitas implementasi visi dalam Penetapan tujuan dan objektivitas pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron dalam rangka peningkatan penerimaan pajak reklame pada UPPPD wilayah menteng 2021, adalah pencapaian target penerimaan pajak daerah dari pajak videotron.

4. Pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron Dimensi Struktur Birokrasi

Pembentukan struktur birokrasi UPPPD wilayah Menteng dalam pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron dapat dilihat dari dua perspektif yang pertama konsistensi pada personal dan yang kedua konsistensi pada sistem pemungutan. Pada perspektif personal dalam hal ini pegawai petugas penyusun belanja pegawai dapat dikategorikan kurang karena faktor eksternal yaitu perubahan dan mutasi pegawai yang sulit diprediksi, dan internal masih adanya pegawai yang kurang dalam melakukan kerja tim. Hal ini biasanya berdampak pada proses pemungutan pajak Reklame videotron yang didapat. koordinasi dan intergrasi yang dilakukan juga sering mengalami miss dikarenakan tidak semua petugas pajak mampu menyelesaikan tugasnya tepat waktu dan harus melakukan follow up pada hari berikutnya. pembentukan struktur birokrasi akan afektif apabila menerapkan sistem pemungutan pajak

yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Syarat ini telah dipenuhi oleh Undang Undang perpajakan yang baru.

5. Pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron Dimensi Kendala dan Solusi

Kendala teknis maupun non teknis yang ditemukan di lapangan terkait pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron terkadang kontrak tersebut per tenan atau per klien. Menjadikan petugas kesulitan dalam melakukan pengecekan atau pengawasan berapa durasi sebenarnya yang ditayangkan di titik reklame. Kendala lain adalah seringnya terjadi perhitungan yang berbeda antara wajib pajak dengan petugas pajak.

Upaya apa yang dilakukan dalam mengatasi kendala teknis maupun non teknis dalam pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron yaitu (1) Perlunya keseragaman dalam sistem dan kebijakan penghitungan penetapan pajak videotron, (2) Perlunya peningkatan komitmen pemerintah daerah untuk menjaga kualitas dan ketepatan waktu.

Terbatasnya jumlah Sumber Daya sehingga diperlukan koordinasi dan kolaborasi kerja yang intensif sehingga target penyelesaian penyusunan belanja pegawai pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron dapat dipercepat atau dikebut dan masih menyisakan waktu untuk melakukan perbaikan sebelum batas akhir pelaporan. dilakukannya koordinasi dan konsolidasi oleh seluruh pegawai yang bertanggungjawab. Sehingga proses pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron dapat dibuat sesuai dengan yang diharapkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini:

1. Implementasi Kebijakan pemungutan Pajak Reklame Videotron Dalam Rangka Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah Wilayah Menteng Jakarta Pusat Tahun 2021 ditinjau dari 4 (empat) aspek yaitu: 1) Komunikasi, 2) Sumber Daya, 3) Disposisi dan 4) Struktur Birokrasi masuk kategori baik dengan sedikit permasalahan pada aspek Sumber Daya dimana rasio Petugas Pajak yang masih sangat sedikit dibanding jumlah objek pajak reklame Videotron.
2. Kendala yang dihadapi dalam implementasi Kebijakan pemungutan Pajak Reklame Videotron Dalam Rangka Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah Wilayah Menteng Jakarta Pusat Tahun 2021 lebih kepada rasio jumlah petugas pajak yang tidak seimbang dibanding jumlah objek pajak reklame sehingga mengakibatkan permasalahan pada implementasi terutama seringnya didapat miscalculasi besaran pajak yang seharusnya diterima.
3. Upaya yang telah dilakukan dalam penerapan implementasi Kebijakan pemungutan Pajak Reklame Videotron Dalam Rangka Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah Wilayah Menteng Jakarta Pusat Tahun 2021 adalah dengan dilakukannya koordinasi dan konsolidasi oleh seluruh pegawai yang bertanggungjawab. Sehingga proses pelaksanaan kebijakan pemungutan pajak reklame videotron dapat dibuat sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Sabaruddin, Manajemen Kolaborasi dalam Pelayanan Publik, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015
- Agus Dwiyanto (ed), Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005
- Agus Dwiyanto et all, Reformasi Birokrasi Pelayanan Publik di Indonesia, Yogyakarta: Pusat Studi Kependudukan & Kebijakan UGM, 2006
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Boediono, Pelayanan Prima Perpajakan, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003
- Bungin. Burhan. 2012. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, Bandung: PT. Remaja
- Rosdakarya, 2005 Hanif Nurcholis. Teori dan Praktik Pemerintahan dan Otonomi Daerah. Jakarta: Grasindo. 2012.
- Hasan Iqbal, Muhammad. Analisis Data Penelitian Dengan Statistika. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2009.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, Metode Penelitian Sosial, Jakarta: Bumi Aksara, 2009
- Ibnu hadjar, Dasar-dasar metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004
- Inu Kencana Syafii, Ilmu Administrasi Publik, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Brotodiharjo, R. S. (2013). Pengantar Ilmu Hukum Pajak. Bandung: Refika Adika. Ferdinand, A. Resmi, S. (2012). Dasar-Dasar Perpajakan dan Akuntansi Pajak. Jakarta: Erlangga.
- Mardiasmo. (2018). Perpajakan Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Megawati, R., Handayani, S. R., & Ismono, B. (2015).
- Tarigan, K. W. (2013), Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta. 56.
- Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2012). Perpajakan: Teori dan Kasus. Jakarta: Salemba Empat. Mardiasmo. 2004. Akuntansi Sektor Publik. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- . 2016. Perpajakan Edisi Terbaru 2016. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Moleong, Lexy J. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Mukhtar. 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta: Referensi
- Nazir, Moh. 2011: Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia. Pohan, Chairil Anwar. 2017. Pembahasan Komprehensif Pengantar
- Perpajakan Teori dan Konsep Hukum Pajak Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media

- , 2021. Kebijakan dan Administrasi Perpajakan Daerah di Indonesia. Jakarta: Gramedia
- Rahman, Abdul. 2010. Panduan Pelaksanaan Administrasi Pajak untuk Karyawan, Pelaku Bisnis dan Perusahaan. Bandung: Nuansa.
- Resmi, siti. 2014. Perpajakan Teori dan Kasus. Jakarta: Salemba Empat.
- Samudra, Azhari A. 2016. Perpajakan Indonesia Keuangan Pajak Retribusi Daerah. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siahaan, Marihot P. 2013. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Simanjuntak, Timbul Hamonangan dan Imam Mukhlis. 2012. Dimensi Ekonomi Perpajakan Dalam Pembangunan Ekonomi. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Silaen, Sofar dan Widiyono. 2013. Metode Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Jakarta: In Media
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- , 2010. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan ke lima belas. Bandung: Alfabeta.
- Suparmo & Theresia. 2010. Perpajakan Indonesia. Jakarta: Andi
- Zuraida, Ida dan L. Y. Hari Sih Advianto. 2011. Penagihan Pajak. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Jurnal:

- Deasy Arisandy Aruan, 2021, Jurnal Akuntansi, Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan”.
- Erwin Febriansyah, 2020, Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Teknologi Informasi Akuntansi, Vol. 1 No. 2. Analisis Kontribusi Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bengkulu.
- Jurnal Administrasi Bisnis - Perpajakan (JAB) Vol.4 No.2. Polii, S. (2014). Analisis Efektivitas dan Pertumbuhan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Daerah di Kota Manado.
- Jurnal EMBA Vol.1 No.3, 282-291. Waluyo. (2011). Perpajakan Indonesia Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Kraja Borici, 2020, Management of the Taxtation on Tourism, Vol. 7 No.2.
- Management of the taxtation on tourism operators, an important component of revenues and investments in the tourism sector
- Mahardika, 2015, Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi, Vol. 5 No. 1.
- Penerimaan Pajak Hotel dan Restoran dalam upaya peningkatan pendapatan asli daerah (studi pada Dinas Pendapatan Kabupaten Gianyar Periode Tahun 2011-2014).
- Siska Willy, 2016, Journal Equity. Vol. 14 No. 2. Pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Bandung

- Wulandari, 2021, Jurnal Manajemen Derivatif, Vol. 15 N0. 2. Pengaruh Penerimaan Pajak Hotel dan Restoran serta Retribusi Daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi Jawa Tengah.
- Dewi khairi yenti , 2016, Jurnal Administrasi Pembangunan , vol.2 no.2, Analisis Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak
- Maman suryaman , 2017, Jurnal FE Univ-PGRI Palembang, vol.1 no.3, Analsis implementasi Kebijakan Pajak Reklame Videotron pada Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah (UPPPD) Kecamatan Menteng Jakarta Pusat Tahun 2021.
- Muhaimin , 2015, Jurnal Riset Perpajakan , Vol.2 No.2, Analisis Potensi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Makassar.
- Didin wahyudin, 2017, Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Dharma Negara , vol.2 no.1, Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Pemerintah Kabupaten Bandung Barat.
- Rianda hanis, 2016, jurnal ekonomi , vol.27 no.1, Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Pontianak One Source Of Funding In Regional Development Is Derived From Regional Original Revenue (Pad).