

Analisis Pengawasan Pemungutan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pajak Daerah Kecamatan Cilincing Kota Administrasi Jakarta Utara Tahun 2021

Olivia Risma Uli¹, Hartono², Iin Andrayanti³

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Indonesia

Email : oliviariismaulii26@gmail.com , tono1167.sh@gmail.com, inez.stiami90@gmail.com

*Corresponding Author

ARTICLE INFO

Keywords

Supervision;
Advertising Tax Collection;
and Local Tax Service Unit.

ABSTRACT

The phenomenon in this study is the low awareness of taxpayers to pay off the amount of tax owed themselves, the tax sanctions given are too low for taxpayers or companies that commit violations, lack of human resources or officers from the Cilincing District UPPD who carry out supervision compared to the number of billboards issued. scattered in the Cilincing sub-district area and many billboards that have not been re-registered. This study aims to identify and analyze supervision, obstacles encountered and efforts that can be made regarding supervision of advertisement tax collection at UPPD Cilincing District, North Jakarta. The research method used is qualitative method and the type of research is descriptive. The results of this study are to set standards in its application to oversight of billboard tax collection that has been running in accordance with the SOP, measuring the performance of oversight of collection carried out by UPPD has not been effective due to limited human resources for supervision, to compare performance with this standard, oversight of billboard tax collection has been carried out by UPPD in accordance with the SOP, namely advertisement licensing procedures, taxpayer registration, tax determination and calculation, collection and write-off of tax receivables, objections, appeals, supervision, control of advertisements and determining the need for corrective action for UPPD officers of Cilincing District must provide strict sanctions in the form of dismantling inappropriate advertisements provision. The obstacles faced are the lack of taxpayer compliance, limited human resources, namely only having 3 inadequate personnel, and the lack of public knowledge about the procedures for implementing billboards. Efforts have been made to further increase information and socialization to the public, form a special team to supervise advertisement tax and impose strict sanctions in the form of increasing administrative fines, which are currently quite low at 2% to make supervision carried out more optimally.

PENDAHULUAN

Pajak mempunyai kontribusi dari Wajib Pajak kepada Negara yang terutang oleh Orang Pribadi/Badan yang bersifat memaksa dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung serta digunakan untuk keperluan Negara bagi kemakmuran rakyat. Oleh karena itu, Pemerintah berupaya untuk mengoptimalkan penerimaan pajak melalui kebijakan dalam bidang perpajakan. Salah satu yang menjadi sumber pendapatan Negara adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang digunakan untuk pemungutan pajak daerah, Retribusi Daerah hasil dari perusahaan daerah, penerimaan dari dinas-dinas serta penerimaan lain dan termasuk dalam Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang bersangkutan serta merupakan pendapatan daerah yang sah.

Salah satu kategori Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang berperan penting bagi Pemerintah Daerah adalah Pajak Daerah, dan salah satu jenis yang termasuk di dalam Pajak Daerah yaitu Pajak Reklame. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya 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 (Marihot Pahala Siahaan, 2013:381).

Tabel I.1 Rekapitulasi Penerimaan Pajak Daerah UPPD Kecamatan Cilincing Kota Administrasi Jakarta Utara Tahun 2021

No	Jenis Pajak	Target	Realisasi	%
1	Hotel	Rp 514.000.000	Rp 564.359.200	110%
2	Restoran	Rp 552.000.000	Rp 586.903.244	106%
3	Parkir	Rp 372.000.000	Rp 428.579.768	115%
4	Reklame	Rp 3.508.000.000	Rp 2.737.798.936	78%
5	Bphtb	Rp 130.755.000.000	Rp 91.633.192.719	70%
6	Pbb-P2	Rp 318.066.000.000	Rp 265.006.690.535	83%
Jumlah		Rp 453.767.000.000	Rp 360.957.524.402	80%

Sumber: UPPD Kecamatan Cilincing Jakarta Utara, 2021.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa Pajak Reklame berada di urutan ke3 sebagai salah satu penerimaan pajak daerah terbesar di UPPD Kecamatan Cilincing senilai Rp 2.737.798.936,- dengan presentase 78%. Urutan pertama sebagai penerimaan terbesar di UPPD Kecamatan Cilincing adalah Pajak PBB-P2 dengan jumlah senilai Rp 265.006.690.535,- dengan presentase 83%, kemudian urutan kedua adalah BPHTB dengan jumlah Rp 91.633.192.719,- dengan presentase 70%. Walaupun pajak reklame berada pada tingkatan ketiga pada urutan penerimaan PAD di UPPD Kecamatan Cilincing, namun pajak reklame memiliki potensi yang besar bila dalam pemungutan pajak dan pengawasannya dilakukan dengan maksimal. Pengawasan adalah upaya dalam menguji sesuatu dengan persetujuan, agar sesuatu dapat dilakukan sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Pengawasan adalah bagian fungsi administrasi untuk mencegah terjadinya penyimpangan atau penyelewengan dari rencana kebijakan yang telah ada sebelumnya. Dengan pengawasan akan ditemukan titik kelemahan, kelebihan dan kendala dalam pelaksanaan kebijakan. Pengawasan yang peneliti maksud adalah pengawasan pajak reklame yang berperan untuk mengawasi masyarakatnya untuk membayar pajak reklame sesuai dengan kebijakan yang telah dibuat.

PAD dari pajak reklame adalah fokus utama dilaksanakannya pengawasan. Oleh karena itu, pajak reklame yang baik memberikan dampak positif bagi pelaku pengawasan sehingga dapat menyelesaikan tugas dengan baik. Dalam rangka pencapaian pajak reklame yang baik, setiap daerah harus berinovasi mampu menciptakan atau mendorong meningkatkan sumber PAD melalui pengawasan. Perlunya dilakukan pengawasan yang efektif agar meningkatkan realisasi penerimaan pajak reklame untuk tercapai secara optimal. Potensi pajak reklame bila optimal tentu dapat memberikan dampak cukup besar bagi penerimaan pajak reklame. Namun realisasi dilapangan banyak pajak reklame yang tidak dipungut pajaknya, dikarenakan reklame tersebut tanpa izin atau ilegal. Padahal jika reklame tersebut tayang dan mempunyai izin serta membayar pajak kemungkinan target penerimaan pajak reklame yang ditetapkan sebelumnya dapat tercapai. Pengawasan yang efektif sangat diperlukan oleh UPPD Kecamatan Cilincing, karena mencegah adanya kecurangan dan penerimaan pajak reklame ditingkatkan.

Berdasarkan data yang di peroleh peneliti, dapat diketahui data terkait dengan Reklame Tahun 2021, yang dikelola oleh UPPD Kecamatan Cilincing Kota Administrasi Jakarta Utara sebagai berikut:

Tabel I.1 Data Terkait Dengan Reklame Tahun 2021

No	Keterangan	Tahun 2021
1	Perizinan Reklame	689
2	Reklame Belum Daftar Ulang	47
3	Wajib Pajak	643

Sumber: UPPD Kecamatan Cilincing Jakarta Utara, 2021

Data diatas menunjukkan terdapat izin reklame yang telah terbit berada di wilayah Kecamatan Cilincing sebanyak 689. Oleh karena itu semakin banyak reklame maka akan berbanding lurus dengan potensi ketidak-tertiban yang ada di UPPD Kecamatan Cilincing, seperti pemandangan di Kecamatan Cilincing akan terganggu. Dengan keadaan seperti ini, maka dibutuhkan pengawasan terhadap pemungutan pajak reklame agar terciptanya ketertiban dalam penyelenggaraan reklame yang terpasang di wilayah Kecamatan Cilincing. Dari jumlah reklame yang telah diterbitkan, ada 47 reklame yang belum melakukan daftar ulang oleh Wajib Pajak. Oleh karena itu diperlukan bentuk pengawasan untuk mencegah beberapa hal negatif, yaitu reklame yang sudah tidak layak tayang atau pakai sehingga dapat membahayakan untuk pengguna jalan disekitar. Reklame yang belum daftar ulang berpotensi terjadinya bentuk ketidak-patuhan Wajib Pajak untuk memperpanjang reklame sehingga akan menimbulkan kerugian bagi UPPD Kecamatan Cilincing. Oleh karena itu, bentuk pengawasan dibutuhkan baik terhadap reklame ataupun Wajib Pajak itusendiri. Dengan jumlah Wajib Pajak yang cukup banyak yaitu 643, maka pengawasan baik secara administrasi ataupun secara lapangan pajak reklame perlu di perhatikan untuk terciptanya kepatuhan dan ketertiban dalam pemungutan pajak reklame.

Berikut ini table Penerimaan Pajak Reklame di UPPD Kecamatan Cilincing dari Tahun 2019-2021, sebagai berikut :

Tahun	Target	Realisasi	%
2019	Rp 4.999.218.000	Rp 5.545.580.457	110,93%
2020	Rp 3.188.000.000	Rp 2.897.201.592	90,88%
2021	Rp 3.508.000.000	Rp 2.737.798.936	78,04%

Sumber: UPPD Kecamatan Cilincing Jakarta Utara

Terlihat dari tabel 1.3 menunjukkan bahwa realiasai pendapatan Pajak Reklame mengalami kenaikan dan penurunan drastis terutama pada Tahun 2020 dan Tahun 2021 realisasi mengalami penurunan sebagai akibat dari adanya pandemi Covid-19 yang berimbas pada semua lini sektor usaha, Oleh karena itu berdampak pada menurunnya penyelenggara Pajak Reklame. Dalam kondisi ini, masyarakat kesulitan untuk mengembalikan perekonomian mereka sehingga pengawasan dalam pengumpulan Pajak Reklame menjadi terhambat.

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam akan hal tersebut, mengingat Pajak Reklame memiliki peran yang cukup penting dan menjanjikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) khususnya di wilayah UPPD Kecamatan Cilincing Jakarta Utara. Maka dalam penelitian ini, penulis mengambil judul skripsi “**Analisis Pengawasan Pemungutan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pajak Daerah Kecamatan Cilincing Kota Administrasi Jakarta Utara Tahun 2021**”.

KAJIAN PUSTAKA

1. **Administrasi : Menurut George R. Terry dalam buku Rizki Amelia AP (2020:4):** “Administrasi merupakan upaya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dengan mempergunakan kelompok atau individu”.
2. **Administrasi Pajak : Menurut Pohan (2014:93):** “Pelayanan dan kegiatan-kegiatan ketata usahaan mencakup kegiatan catat-mencatat dan pembukuan ringan (*recording*), korespondensi (*correspondance*), kesekretariatan (*secretariate*), penyusunan laporan (*reporting*), serta kearsipan (*filling*) terhadap kewajiban dan hak Wajib Pajak baik dilakukan dikantor fiskus maupun dikantor Wajib Pajak”.
3. **Pengawasan : Menurut Griffin (2004:67):** “Pengawasan merupakan proses pengamatan dari pelaksanaan kegiatan organisasi untuk menjamin semua pekerjaan yang sedang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang sudah direncanakan.” Proses pengawasan memiliki 4 langkah fundamental, yaitu: menetapkan standar, mengukur kinerja, membandingkan kinerja dengan standard dan menentukan kebutuhan tindakan korektif.
4. **Pajak Daerah : Menurut Mardiasmo (2018:14):** “Pajak Daerah merupakan kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan peraturan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk kepentingan daerah bagi kemakmuran rakyat.”
5. **Pajak Reklame : Menurut Siahaan (2013:381):** “Pajak reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame merupakan alat, benda, perbuatan atau media yang berbentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menarik perhatian orang, menganjurkan atau mempromosikan terhadap barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, dinikmati oleh umum.”
6. **Penerimaan Pajak : Menurut Siti Kurnia Rahayu (2017:49):** "Penerimaan pajak merupakan pajak yang telah dipungut berdasarkan golongan yang di kelompokkan kepada pajak pusat, bea dan cukai, pajak daerah, ataupun retribusi daerah".

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kualitatif. Metode dari penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian kualitatif. Sugiyono (2017:9): “metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian dilandaskan pada filsafat hubungan peneliti dengan realitas dan bersifat interaktif terhadap kondisi objek alamiah. Oleh karena itu, instrument sebagai kunci dari teknik pengumpulan data yang dilakukan secara gabungan dari observasi, wawancara, dokumentasi, data kualitatif cenderung memiliki hasil penelitian kualitatif yang ditekankan pada makna dan keunikan.”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menghasilkan data-data berupa data primer yang diperoleh melalui wawancara terbuka baik secara luring maupun secara daring yang penulis lakukandengan 5 (lima) informan dari Kepala UPPD Kecamatan Cilincing, Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP), Kepala Satpel Penyuluhan Pusdatin Bapenda DKI Jakarta, dan Akademisi Institut STIAMI. Hasil dari wawancara yang penulis lakukan kemudian penulis suguhkan kedalam analisis matriks verbatim untuk menganalisis jawaban berdasarkan indikator teori Pengawasan yang penulis gunakan dalam pertanyaan wawancara kepada informan. Selanjutnya, data sekunder yang penulis dapatkan berupa data Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame UPPD Kecamatan Cilincing Tahun 2019-2021. Data tersebut penulis sajikan ke dalam tabel sebagai berikut:

Tabel IV.1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame UPPD Kecamatan Cilincing Tahun 2019-2021

Tahun	Target	Realisasi
2019	Rp 4.999.218.000	Rp 5.545.580.457
2020	Rp 3.188.000.000	Rp 2.897.201.592
2021	Rp 3.508.000.000	Rp 2.737.798.936

Sumber : UPPD Kecamatan Cilincing

Berdasarkan data pada Tabel IV. 3 Terlihat Target Penerimaan pajak reklame pada Tahun 2019 ditetapkan sebesar Rp 4.999.218.000 realisasi penerimaan sebesar Rp 5.545.580.457 sudah mencapai target, Tahun 2020 target penerimaan pajak reklame sebesar Rp 3.188.000.000 tetapi realisasi penerimaan pajak reklame tidak mencapai target sebesar Rp 2.897.201.592 dan di tahun 2021 target penerimaan pajak reklame sebesar Rp 3.508.000.000 tetapi realisasi penerimaan pajak reklame juga tidak tercapai sebesar Rp 2.737.798.936. Dimana realisasi penerimaan pajak reklame ini mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Tabel IV.2 Data Terkait Reklame UPPD Kecamatan Cilincing Tahun 2019-2021

No	Keterangan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Perizinan Reklame	600	545	689
2	Reklame Belum Daftar Ulang	41	77	47
3	Wajib Pajak	601	536	643

Sumber : UPPD Kecamatan Cilincing

Dari Tabel IV. 4 diatas terkait pajak reklame dari Tahun 2019 ditemukan penyimpangan atau Reklame yang belum daftar ulang sebanyak 41, di Tahun 2020 ditemukan 77 Reklame

yang belum di daftarkan Ulang dan di Tahun 2021 juga ditemukan 46 Reklame yang belum di daftarkan ulang. Hal ini yang perlu menjadi faktor diawasi oleh Pihak UPPD Kecamatan Cilincing, mengingat bahwa Pajak Reklame merupakan salah satu Faktor PAD yang menjadi pemasukan pajak terbanyak untuk Pajak Daerah dan untuk menciptakan ketertiban bagi penyelenggaraan reklame.

Pembahasan

Pemungutan Pajak reklame adalah salah satu dari penerimaan daerah, yang diatur dalam Peraturan Daerah No. 32 Tahun 2004 dengan kebijakan tersebut dapat dipahami bahwa pajak adalah sumber penerimaan dana yang potensial digunakan oleh Pemerintah untuk sumber membiayai dalam menyelenggarakan Pemerintahan. Tujuan pengawasan pemungutan pajak reklame ini yaitu tercapainya penerimaan pajak yang telah ditargetkan untuk menambah pendapatan daerah tersebut menjadi maju. Semakin banyak reklame beredar berdampak pada meningkatnya penerimaan pajak daerah juga. Oleh karena itu, jika penerimaan pajak daerah meningkat maka suatu daerah itumengalami keberhasilan. Oleh karena itu, setiap daerah saling berlomba untuk meningkatkan kualitas daerahnya masing-masing, begitupun dengan daerah UPPD Kecamatan Cilincing Kota Administrasi Jakarta Utara. Namun, reklame bukan sekedar pemenuhan pendapatan pemerintah daerah, salah satu fungsi pajak adalah pajak berdasarkanregulerend. Pengawasan yang dilakukan pihak UPPD Kecamatan Cilincing Jakarta Utara meliputi pengawasan kepada semua objek atau subjek pendapatan asli daerah atau pendapatan asli lain yang dianggap sah, meliputi subjek, objek, pemungutan pajak, penyetoran pajak, perhitungan dan pelaporan pajak yang telah dilakukan oleh wajib Pajak serta dilakukan dengan melihat standar pada bidang tugas antara lain, yaitu rencana kerja atau tugas yang telah ditentukan peraturan perundang-undangan berkaitan dengan jumlah satuan hasil kerja, jumlah tiket yang diorder/disahkan, jumlah kapasitas, jumlah hasil penjualan tiket, jumlah pengunjung atau yang dilayani, jumlah waktu yang dimanfaatkan, temuan dan lain-lain.

Penelitian ini dilakukan dari hasil olah data yang diperoleh dari wawancara kepada pihak tertentu, data tertulis (Data Sekunder) yang diberikan dan juga observasi penulis selama berada di tempat penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing Kota Administrasi Jakarta Utara.

1. Analisis Pengawasan Pemungutan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pajak Daerah Kecamatan Cilincing Tahun 2021

Pengawasan merupakan suatu kegiatan yang mempunyai tujuan strategi, kebijakan, program kerja dan anggaran dilaksanakan sesuai yang telah di tentukan agar dapat mencapai tujuan dan menghindari bentuk penyelewengan. Untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya dalam pengawasan pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh UPPD Kecamatan Cilincing, penulis menggunakan teori Griffin (2004:167) ada 4 langkah yang dianggap dapat efektif untuk pengawasan pemungutan pajak reklame. Adapun 4 langkah yang telah penulis paparkan dengan teori Griffin yaitu sebagai berikut:

1) Menetapkan Standar

Dalam melakukan pengawasan maka diperlukan adanya standar yang dapat menilai pelanggaran dimana standar ini dikenal sebagai sebuah ketentuan yang harus di ikuti, standar ini dikemudian hari akan diadakan penilaian untuk mengetahui salah atau benar dan dilakukan tindakan koreksi terhadap pelanggaran yang terjadi. Ketentuan yang harus dilakukan ini berupa SOP (Standar Operasional Prosedur) untuk dapat mengukur sejauh mana kebijakan yang sudah ditetapkan telah dijalankan terhadap kebijakan yang sudah

ditetapkan. SOP adalah acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi Pemerintah berdasarkan indikator teknis, administrasi dan prosedur sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit yang bersangkutan. SOP dibidang pengawasan adalah pedoman untuk melakukan tugas pekerjaan dibidang pengawasan terhadap suatu objek yang bersangkutan. SOP bisa bersifat internal maupun eksternal, karena SOP digunakan untuk mengukur kinerja organisasi publik yang berkaitan dengan ketetapan waktu dan untuk menilai kinerja organisasi publik dimata masyarakat.

Hasil dari wawancara yang dilakukan dengan informan untuk mengetahui sudah ada atau belum SOP yang digunakan dalam pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing, dari sisi UPPD Kecamatan Cilincing memberi pernyataan untuk SOP dalam pengawasan pemungutan pajak reklame sudah ada dan sudah dilakukan pada UPPD Kecamatan Cilincing, untuk SOPnya sendiri ada pada pengawasan administrasi maupun pengawasan lapangan. Pengawasan ini dilakukan untuk mengetahui wajib pajak yang ingin menghindari pajak atau tidak patuh terhadap peraturan. Pengawasan secara administrasi adalah melakukan pendataan atau mengecek dari sistem administrasi terlebih dahulu untuk mengetahui data objek reklame mana saja yang masa tayang nya habis dan yang akan habis, kemudian pihak UPPD Kecamatan Cilincing akan memberikan himbauan atau surat peringatan kepada wajib pajak agar segera melakukan pendaftaran ulang atau untuk memperpanjang reklamennya kembali. Kemudian untuk pengawasan secara lapangan adalah memberikan data objek reklame ke satpol pp agar objek reklame yang masa tanyangnya habis tetapi tidak dilakukan daftar ulang segera dilakukan penertiban seperti penempelan stiker atau pembongkaran langsung objek reklamennya. Pengawasan dilakukan untuk menilai tingkat kepatuhan penyelenggaraan reklame terhadap kewajiban yang melekat dalam penyelenggaraan reklame, kepatuhan antara lain: penyelenggaraan reklame dalam melaksanakan PERGUB, pelaksanaan pelelangan dan kerjasama pemanfaatan titik reklame, kewajiban pembayaran sewa titik reklame, pembayaran retribusi Izin mendirikan bangunan-bangunan reklame (IMB-BR), pembayaran pajak reklame, izin penyelenggaraan reklame, masa berlaku izin reklame.

Selanjutnya, faktor yang dapat menjadi pertimbangan penetapan target penerimaan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing yaitu: pertama adalah memperhatikan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) terbit tahun berjalan yang memberikan gambaran mengenai proyeksi tahun berjalan, kedua adalah SKPD terbit untuk reklame belum daftar ulang yang akan memberikan gambaran proyeksi pencairan reklame BDU (Belum daftar ulang), Ketiga adalah memperhatikan objek pajak baru, Keempat adalah objek pajak baru yang sifatnya insidental atau hanya pada waktu tertentu saja, Kelima adalah pencairan piutang pajak daerah dan yang Keenam adalah dampak kebijakan seperti penyesuaian tarif reklame, basis pajak, dasar pengenaan pajak (DPP). Berdasarkan jawaban yang telah diberikan oleh informan diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa penentuan standar kerja dapat menjadi acuan dalam pengawasan pemungutan pajak reklame masih tergolong belum maksimal. Seperti SOP dalam pengawasan pemungutan pajak reklame yang telah dilakukan oleh pihak UPPD Kecamatan Cilincing sudah sesuai dengan aturan PERGUB No. 148 Tahun 2017 tetapi nyatanya dilapangan saat melakukan pengawasan masih ditemukannya objek reklame yang tidak tertib secara administrasi dalam penyelenggaraan objek reklame. Dengan demikian maka dapat dikatakan semua langkah pengawasan untuk penetapan standar kerja dalam pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing Jakarta Utara, tergolong masih belum maksimal.

2) Mengukur Kinerja

Pengukuran kinerja adalah proses penilaian tentang perkembangan pekerjaan kepada tujuan dan sasaran dalam pengelolaan sumber daya manusia untuk menghasilkan jasa, informasi atas efisiensi dan efektivitas tindakan untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu pengukuran kinerja yang digunakan sebagai acuan untuk

menilai perkembangan yang telah dicapai dan dibandingkan dengan tujuan yang sudah ditetapkan, dan juga sebagai alat komunikasi dan alat manajemen guna memperbaiki kinerja organisasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak terkait mengenai pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing sudah berjalan efektif atau belum. Dari sisi Kelapa UPPD Kecamatan Cilincing memberikan pernyataan bahwa pengawasan pemungutan pajak reklame masih belum efektif, karena ada keterbatasan dalam melakukan pengawasan langsung dilapangan seperti Sumber daya manusia yang melakukan pengawasan hanya 3 personil saja sedangkan di wilayah Kecamatan Cilincing mempunyai 7 kelurahan yang terdiri dari Kelurahan Kalibaru, Cilincing, Semper Barat, Semper Timur, Sukapura, Rorotan dan Marunda. Dan Kondisi reklame yang bertebaran juga sangat banyak, sehingga petugas juga cukup kesulitan bila melakukan penertiban terhadap objek reklame yang tidak sesuai dengan peraturan. Dan Rendahnya kesadaran wajib pajak untuk melakukan pelaporan atau pembayaran terhadap objek reklame yang sedang tayang. Dari sisi Kepala Satpel Penyuluhan Pusdatin Bapenda DKI Jakarta memberikan pernyataan dalam pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing dikatakan belum efektif, karena melihat dari target dan realisasi penerimaan pajak reklamennya dari Tahun 2019-2021 dikarenakan adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan naik turunnya untuk realisasi penerimaan pajak reklamennya dan tidak mencapai dari target yang ditentukan. Dari sisi Wajib pajak memberikan pernyataan dalam pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing dikatakan cukup efektif, karena jika sudah mendekati jatuh tempo terhadap objek reklame petugas UPPD Kecamatan Cilincing mengirimkan surat jatuh tempo ke wajib pajak dan memberikan surat teguran juga bagi wajib pajak yang belum membayarkan pajaknya.

Dalam hal ini, terkait tentang pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing memberikan kesimpulan bahwa dengan adanya mengukur kinerja kita dapat mengetahui beberapa keterbatasan dalam pengawasan pemungutan yang dijalankan sehingga belum sepenuhnya berjalan dengan efektif. Mulai dari adanya keterbatasan terhadap sumber daya manusia, rendahnya tingkat kesadaran wajib pajak dalam pembayaran pajak dan tidak tercapainya realisasi penerimaan pajak reklame dari target yang ditentukan. Kemudian, Petugas atau pihak-pihak yang terlibat serta sarana dan prasarana dalam pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing sudah memadai atau belum. Dari sisi Kepala UPPD Kecamatan Cilincing memberikan pernyataan bahwa masih belum memadai, dikarenakan hanya ada 3 personil yang melakukan pengawasan pemungutan pajak reklame dan terjun langsung kelapangan, sedangkan di wilayah Kecamatan Cilincing mempunyai 7 kelurahan yang terdiri dari Kelurahan Kalibaru, Cilincing, Semper Barat, Semper Timur, Sukapura, Rorotan dan Marunda. Dengan adanya 3 personil yang melakukan pengawasan belum bisa dikatakan memadai dan untuk kondisi reklame yang bertebaran juga sangat banyak, sehingga petugas juga cukup kesulitan bila melakukan penertiban terhadap objek reklame yang tidak sesuai dengan peraturan. Untuk Sarana sendiri ada loket pelayanan untuk wajib pajak daerah sekitar 3 loket pelayanan dan digunakan bergantian untuk bermacam-macam pelayanan pajak daerah tidak hanya pajak reklame saja. Dan untuk prasarana ada 1 kendaraan yang digunakan bergantian untuk menunjang dalam melakukan pengawasan bila ke lapangan. Dari sisi Kepala Satpel Penyuluhan Pusdatin Bapenda DKI Jakarta memberikan pernyataan untuk segi jumlah pegawai masih belum memadai karena masih jauh dari kata ideal untuk jumlah pegawai. Tetapi dari segi kualitas petugas pajak baik UPPD maupun tingkatan Badan harus paham dan mengerti bagaimana cara memungut pajak daerah dan bagaimana mengimplementasikan peraturan untuk pemungutan pajak daerah. Oleh karena itu, ketika ada wajib pajak yang melakukan konsultasi ataupun menanyakan cara pemungutan pegawai pajak sudah mengetahui dan memahami peraturan tersebut. Kalau untuk sarana disediakan tiap-tiap masing UPPD ada 3 loket untuk melakukan pelayanan pajak daerah dan untuk sarana diberikan fasilitas 1 kendaraan untuk melakukan pengawasan dilapangan.

Dalam hal mengukur standar kinerja terhadap petugas atau pihak-pihak yang terlibat

serta sarana dan prasarana dalam pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD kecamatan cilincing kota Jakarta utara masih dapat disimpulkan masih belum memadai serta keterbatasan fasilitas guna menunjang dalam bekerja apabila melakukan pengawasan langsung kelapangan.

3) Membandingkan Kinerja dengan Standar

Adalah membandingkan hasil yang sudah diukur dengan target atau standar yang sudah ditetapkan. Oleh karena itu, kinerja sesuai dengan standar, di asumsikan bahwa seluruhnya telah berjalan secara terkendali. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang terkait dengan pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing yang dijalankan sudah sesuai atau belum dengan SOP yang berlaku. Dari sisi Kepala UPPD Kecamatan Cilincing memberikan pernyataan bahwa pegawai UPPD Kecamatan Cilincing sudah melaksanakan pelayanan sesuai dengan SOP yang berlaku. Baik pengawasan secara administrasi dengan pengecekan objek reklame yang akan habis dan habis masa tayangnya dengan mengirimkan surat himbauan atau surat peringatan dan pengawasan secara lapangan dengan melakukan pendataan untuk objek reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan untuk diberikan surat peringatan terlebih dahulu apabila masih melanggar maka akan dilakukan pembongkaran objek reklame. Proses pemungutan pajak daerah seperti: pendaftaran wajib pajak, lalu penetapan dan perhitungan pajak, lalu penagihan dan penghapusan piutang pajak. Dan terakhir keberatan serta banding. Dari sisi Kepala Satpel Penyuluhan Pusdatin Bapenda DKI Jakarta memberikan pernyataan bahwa pengawasan pemungutan pajak reklame yang dijalankan sesuai dengan SOP yang berlaku. Apabila pemungutan yang dilakukan tidak berdasarkan SOP yang berlaku maka pemungutan itu dinamakan dengan pungutan liar bukan pungutan pajak. Pungutan pajak harus sesuai dengan UU dan peraturan daerah yang utama. Untuk peraturan reklame sendiri diatur dalam peraturan daerah No. 12 Tahun 2011, Berdasarkan UU tersebut kami melakukan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing.

Dalam hal pengawasan pemungutan pajak reklame yang dijalankan sudah sesuai atau belum dengan SOP yang berlaku, penulis memberikan kesimpulan bahwa pengawasan dan pemungutan pajak reklame sudah sesuai dengan SOP yang berlaku baik dilakukan secara administrasi maupun secara lapangan. Kemudian, bagaimana sosialisasi yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak reklame yang dilakukan pihak UPPD Kecamatan Cilincing. Dari sisi Kepala UPPD Kecamatan Cilincing memberikan pernyataan bahwa sosialisasi yang dilakukan kepada Wajib pajak biasanya dengan secara langsung ketika wajib pajak melakukan konsultasi pelayanan pajak reklame atau saat petugas terjun langsung kelapangan untuk mengecek objek pajak reklame yang mana saja belum terdaftar dan akan/habis masa tayang objek reklame. Dari sisi Kepala Satpel Penyuluhan Pusdatin Bapenda DKI Jakarta memberikan pernyataan bahwa Sosialisasi yang sebenarnya ada di PUSDATIN (Pusat data dan teknologi informasi) sebagai unit pengampu utama dalam hal melakukan sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan sejauh ini melalui digital atau online baik melalui media sosial resmi BAPENDA DKI Jakarta seperti Instagram, Facebook dan Twitter di sana kami memberikan sosialisasi mengenai pajak daerah dan salah satunya pajak reklame, serta kami memberikan sosialisasi melalui media massa, media elektronik juga pembuatan artikel pemerintahan di website BAPENDA. Dari sisi Akademisi memberikan pernyataan bahwa sosialisasi yang dilakukan terbatas kalau di UPPD karena hanya bisa dilakukan saat wajib pajak melakukan konsultasi atau pelayanan pajak daerah atau jika petugas terjun langsung ke lapangan, karena penggunaan pajak reklame itu sangat terbatas hanya beberapa Wajib Pajak yang melaksanakan secara sosialisasi yang diberikan. Dari sisi wajib pajak memberikan pernyataan bahwa sosialisasi yang diberikan masih belum maksimal dan perlu ditingkatkan lagi, seperti memberikan pengarahan atau bimbingan kepada pengusaha yang ingin mempromosikan usahanya dalam bentuk reklame agar wajib pajak dapat memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak reklame.

Dalam hal ini terkait sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran wajib pajak reklame yang dilakukan pihak UPPD Kecamatan Cilincing memang perlu ditingkatkan lagi dan masih belum maksimal. Petugas UPPD bisa memberikan sosialisasi melalui media online juga, dan memberikan arahan/sosialisasi kepada pengusaha yang ingin mempromosikan usahanya dalam bentuk reklame guna wajib pajak dapat memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak reklame.

4) Menentukan Kebutuhan Tindakan Korektif

Tindakan ini dilakukan apabila kinerja rendah dibawah standard an analisis menunjukkan perlu diambil tindakan. Tindakan korektif bisa berupa perubahan terhadap satu/beberapa aktivitas dalam mengoperasikan organisasi/terhadap standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan terkait bagaimana tindakan UPPD Kecamatan Cilincing dalam menyelesaikan penyimpangan dan ketidaksesuaian yang ada dilapangan dalam pemungutan pajak reklame. Dari sisi Kepala UPPD Kecamatan Cilincing memberikan pernyataan Dalam penyelenggaraan reklame tertentu dilapangan banyak pelanggaran yang perlu diselesaikan dan diambil tindakan untuk mencegahnya. Diantaranya adalah memberikan sanksi berupa denda kepada para pelanggar, karena saat ini banyak ditemukan pelanggar telah habis masa tayangnya tetapi objek reklame masih berdiri dan melakukan pembongkaran reklame sendiri tidak dengan peraturan yang berlaku. Dalam hal ini terkait tindakan UPPD Kecamatan Cilincing dalam menyelesaikan penyimpangan dan ketidaksesuaian yang ada dilapangan dalam pemungutan pajak reklame, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa diberikan tindakan sanksi tegas kepada wajib pajak yang melanggar, diperlukan mengambil tindakan korektif diantara adanya kasus pelanggaran reklame baik dalam hal pemasangan maupun pembongkaran reklame yang menyalahi aturan.

Kemudian, untuk mengetahui apakah ada sanksi terhadap para pelaku penyimpangan yang diberikan oleh pihak UPPD Kecamatan Cilincing. Dari sisi Kepala UPPD Kecamatan Cilincing memberikan pernyataan bahwa ada sanksi, sanksi diperuntukan untuk wajib pajak yang telat membayarkan pajaknya sebanyak 2% apabila wajib pajak belum terdaftar maka tidak ada sanksi yang diberikan hanya pencabutan reklamennya saja dan kemudian diberikan surat teguran agar membayarkan pajaknya. Dari Sisi Kepala Satpel Penyuluhan Pusdatin Bapenda DKI Jakarta memberikan pernyataan bahwa secara ketentuan peraturan daerah No. 6 Tahun 2010 tentang ketentuan umum pajak daerah atas semua kelalaian ataupun keterlambatan pembayaran pajak daerah dikenakan sanksi administrasi berupa pengenaan bunga sebesar 2% perbulan dan maksimal pengenaan 48% pengenaannya secara administrasi otomatis melalui sistem. Dari sisi Akademisi memberikan pernyataan bahwa ada sanksi yang diberikan bagi pelaku penyimpangan yaitu pengenaan bunga sebesar 2% dan biasanya dikirimkan surat himbauan atau peringatan kepada wajib pajak agar segera membayar pajaknya. Dari sisi wajib pajak memberikan pernyataan bahwa memang ada sanksi yang diberikan oleh UPPD Kecamatan Cilincing atas telat pembayaran dikenakan denda berupa sanksi administrasi sebesar 2% dan diberikan surat peringatan untuk segera melunasi pajaknya atau jika tidak melakukan kewajiban maka objek pajak akan dilakukan pembongkaran.

Dalam hal ini terkait sanksi yang diberikan pihak UPPD Kecamatan Cilincing terhadap pelaku penyimpangan, penulis dapat mengambil kesimpulan diperlukannya mengambil tindakan korektif dengan memberikan sanksi yang cukup tegas karena sanksi yang diberikan kepada wajib pajak cukup rendah hanya sebesar 2% sehingga pengawasan belum dapat berjalan dengan optimal.

2. Kendala yang Dihadapi dalam Proses Pengawasan Pemungutan Pajak Reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing

Dalam pengawasan pemungutan pajak reklame tentu ada kendala yang dihadapi.

Dalam penerapannya faktor kendala ini dapat menjadi penghambat dalam pengawasan pemungutan pajak reklame. Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor kendala dalam proses pengawasan pemungutan pajak reklame bukan hanya dari tingkat kepatuhan wajib pajak melainkan banyak dari beberapa faktor. Penulis menyimpulkan bahwa ada kendala yang dihadapi antara lain, yaitu:

1) Kepatuhan Wajib Pajak masih kurang

Masih kurangnya ketaatan, pemahaman dan kepatuhan wajib pajak reklame tentang prosedur perizinan penyelenggaraan reklame, masih banyak wajib pajak yang belum melakukan daftar ulang (BDU) untuk masa tayang reklame yang akan habis dan sudah habis. Hal ini menyebabkan adanya reklame liar yang terpasang tanpa adanya perizinan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Mungkin dari kasus ini perlu adanya tindakan tegas dari Pemerintah, bila ada penyelenggaraan reklame yang masa tayangnya sudah habis tetapi masih berdiri atau terpasang maka akan dilakukan pembongkaran atau mencabut penyelenggaraan reklame tersebut.

2) Kurangnya Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor penting dalam pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing untuk menciptakan pengawasan dan pemungutan pajak reklame secara optimal. Keterbatasan sumber daya manusia pada UPPD Kecamatan Cilincing membuat terjadinya kesulitan dalam hal melakukan pengawasan dilapangan. Hal ini mengakibatkan efektivitas pemungutan menjadi rendah, UPPD Kecamatan Cilincing hanya mempunyai 3 personil dalam pengawasan sementara jumlah pajak reklame yang di awasi banyak dari 7 Kelurahan. Untuk lebih efektifnya suatu pengawasan terutama terhadap reklame yang bermasalah, maka sebaiknya seorang pengawas memeriksa sesuai dengan jenis reklame yang bermasalah dengan perbandingan yang wajar.

3) Minimnya Pengetahuan masyarakat tentang Prosedur penyelenggaraan Reklame

Faktor penghambat dalam proses perizinan penyelenggaraan pada UPPD Kecamatan Cilincing adalah masyarakat yang kurang pemahaman dan pengetahuan dalam mengerti persyaratan penyelenggaraan reklame di UPPD Kecamatan Cilincing. Pemohon izin reklame merasa untuk kelengkapan berkasnya sudah sesuai dengan persyaratan izin reklame, tetapi petugas mengecek kembali berkas masih ada berkas yang belum lengkap dan ini akan memicu perdebatan antara wajib pajak dengan petugas UPPD. Dan sering terjadi dilapangan wajib pajak langsung memasang objek reklame tanpa melakukan perizinan atau persyaratan sebagai penyelenggara reklame.

3. Upaya yang Dilakukan dalam Pengawasan dan Pemungutan Pajak Reklame Pada UPPD Kecamatan Cilincing

Dalam mengatasi kendala dalam pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing dilakukan upaya-upaya yang dilakukan sebagai berikut:

1) Melakukan sosialisasi kepada Masyarakat

UPPD Kecamatan Cilincing melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar mengetahui dan memahami tentang pajak daerah serta pentingnya membayar pajak dengan tepat waktu. Salah satunya dengan cara mengundang para wajib pajak melakukan seminar yang dilakukan oleh UPPD Kecamatan Cilincing, sehingga Wajib pajak dapat langsung melakukan pertanyaan dengan narasumber yang hendak ditanyakan mengenai pajak daerah dan guna dari membayar pajak daerah. Serta sebagai sosialisasi juga untuk memberitahukan kepada wajib pajak atau pengusaha-pengusaha yang ingin mempromosikan usahanya dengan menggunakan reklame.

2) Membentuk tim khusus pengawasan pajak reklame

Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame adalah membentuk tim khusus dalam pengawasan dan pemungutan pajak reklame.

Pengawasan dilakukan guna mencegah adanya reklame liar atau wajib pajak tidak melakukan penyimpangan pajak reklame, misalnya ada sekitar 50 objek reklame yang akan diawasi ada tim khusus yang memegang terdiri dari 5 orang jadi 1 orang mengawasi 10 reklame guna mencegah penyimpangan reklame atau timbulnya reklame Liar. Melakukan pelatihan dan pendidikan kepada petugas UPPD Kecamatan Cilincing khususnya pendidikan dan pelatihan pemeriksaan pajak serta administrasi perpajakan daerah untuk petugas mendapatkan pengetahuan tentang pemeriksaan perpajakan terlebih pajak daerah. Misalnya melakukan pelatihan pendidikan untuk Diklat penetapan, pemeriksaan dan penagihan pajak Daerah, Pelatihan administrasi pendapatan daerah, Diklat Juru Sita dan Diklat pelayanan prima.

3) Pengenaan Sanksi yang tegas

Pengenaan sanksi yang tegas harus diberikan kepada wajib pajak yang melakukan pelanggaran, sanksi dalam perpajakan reklame ini harus memberikan efek yang jera bagi wajib pajak yang melanggarnya dan Sanksi ini merupakan jaminan dari acuan peraturan perpajakan yang harus dipatuhi seluruh wajib pajak. Dengan kata lain sanksi selama ini yang diberikan masih sangat rendah hanya sebesar 2% saja, seharusnya menaikkan denda bunganya agar wajib pajak memiliki efek jera serta mencegah terjadinya pelanggaran terhadap pajak dan pengawasan dapat berjalan dengan optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam pembahasan sebelumnya dan mengacu kepada teori serta penelitian terdahulu. Maka penulis dapat membuat kesimpulan tentang Analisis Pengawasan Pemungutan Pajak Reklame Pada UPPD Kecamatan Cilincing, adalah sebagai berikut:

1. Dalam analisis pengawasan pemungutan pajak reklame pada Unit Pelayanan Pajak Daerah Kecamatan Cilincing Kota Administrasi Jakarta Utara Tahun 2021 dengan menggunakan 4 indikator yaitu Pertama menetapkan standar, dalam penerapannya terhadap pengawasan pemungutan pajak reklame sudah ada dan berjalan langsung sesuai dengan PERGUB No. 148 Tahun 2017 baik secara administrasi maupun secara lapangan. Kedua mengukur kinerja, pengawasan pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh pegawai UPPD Kecamatan Cilincing belum berjalan efektif dapat diketahui dari keterbatasan sumber daya manusia dalam melakukan pengawasan dengan jumlah hanya 3 personil sedangkan objek reklame yang diawasi banyak dari 7 kelurahan yang ada di wilayah Kecamatan Cilincing dan rendahnya tingkat kesadaran wajib pajak untuk membayarkan pajak reklame. Ketiga membandingkan kinerja dengan standar, pengawasan pemungutan pajak reklame yang dijalankan oleh pegawai UPPD Kecamatan Cilincing sudah sesuai dengan SOP yang berlaku yaitu prosedur perizinan reklame, pendaftaran wajib pajak, penetapan dan perhitungan pajak, kemudian penagihan dan penghapusan piutang pajak, keberatan serta banding, pengawasan objek reklame dilapangan dan penertiban reklame. Keempat menentukan kebutuhan tindakan korektif, tindakan yang dilakukan oleh pihak UPPD Kecamatan Cilincing dalam menyelesaikan penyimpangan dan ketidaksesuaian yang ada dilapangan dalam pengawasan pemungutan pajak reklame adalah memberikan sanksi tegas kepada pelanggar dengan memberikan denda bunga sanksi sebesar 2% per bulan dan melakukan pembongkaran reklame bila pelanggar masih tidak sesuai dengan standar yang ditentukan.
2. Faktor kendala yang dihadapi UPPD Kecamatan Cilincing dalam pengawasan pemungutan pajak reklame yaitu: kurang optimalnya pengawasan pemungutan pajak reklame pada UPPD Kecamatan Cilincing dikarenakan adanya kendala yang dihadapi

diantaranya adalah kurangnya tingkat kepatuhan wajib pajak, keterbatasan sumber daya manusia yaitu hanya memiliki 3 personil yang dapat dibilang kurang memadai, Minimnya pengetahuan masyarakat tentang prosedur penyelenggaraan reklame.

3. Upaya-upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut adalah meningkatkan lagi informasi dan sosialisasi kepada masyarakat, membentuk tim khusus pengawasan pajak reklame serta melakukakn pelatihan dan pendidikan kepada petugas UPPD Kecamatan Cilincing seperti Diklat penetapan, pemeriksaan dan penagihan Pajak Daerah, Pelatihan Administrasi Pendapatan Daerah, Diklat Juru Sita, Diklat Pelayanan Prima dan penganan sanksi yang tegas berupa menaikkan denda administrasi yang sekarang cukup rendah sebesar 2% untuk membuat pengawasan yang dijalankan lebih optimal dan melakukan pembongkaran apabila objek reklame masih tidak sesuai dengan standar yang ditentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, R. W. (2004). Manajemen. Jakarta: Erlangga.
- Mardiasmo. (2018). Perpajakan. Edisi Terbaru 2018. Yogyakarta: Andi.
- Pohan, Anwar C. (2014). Pembahasan Komprehensif Pengantar Perpajakan Teori dan Konsep Hukum Pajak. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rahayu, Siti Kurnia. (2017). Perpajakan. Bandung: Rekayasa Sains.
- Rizki Amelia, A., AP, Nurbaity. (2020). Pengantar Administrasi Dan Kebijakan Kesehatan. Jakarta: PT Sahabat Alter Indonesia.
- Siahaan, Marihot. (2013). Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Jakarta: Raja Grafindo Persada.