

Socialisation and Education of Billboard Tax Curbing to Business Actors in Surabaya to Support Local Revenue of Surabaya City

Sosisalisasi dan Edukasi Penertiban Pajak Reklame Kepada Pelaku Usaha di Surabaya Untuk Mendukung Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya

Yogi Nur Hidayat^{1*}, Fauzatul Laily Nisa², Renny Oktafia³ 

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received, December 28, 2024

Revised, January 3, 2025

Accepted, January 4, 2025

Available online, January 9, 2025

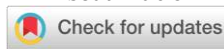
Kata Kunci:

Edukasi, Pajak, Reklame, Pendapatan

Keywords:

Education, Tax, Billboard, Revenue

About Article



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2024 by Author. Published by Aksara Shofa.

ABSTRAK

Pendapatan Asli Daerah memegang peran penting dalam mendukung pembangunan Kota, khususnya sektor pajak reklame. Rendahnya kesadaran pelaku usaha menjadi tantangan utama dalam meningkatkan pajak reklame. Artikel ini bertujuan meningkatkan kesadaran pelaku usaha mengenai manfaat pajak melalui edukasi dan sosialisasi yang efektif. Artikel ini diharapkan mendorong pelaku usaha untuk patuh akan pajak dan mendukung pembangunan berkelanjutan, serta menciptakan keterkaitan antara pemerintah dan pelaku usaha. Metode pengabdian dengan melakukan sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha mengenai pajak reklame melalui pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil pengabdian yaitu meningkatnya kesadaran pelaku usaha dan optimalnya pendapatan asli daerah. Hal ini mampu meningkatkan kepatuhan pajak pada pelaku usaha. Selain itu, meningkatnya pendapatan asli daerah mampu meningkatkan pembangunan kota yang berkelanjutan. Pemerintah daerah perlu mengedukasi pelaku usaha secara langsung mengenai pentingnya pajak reklame. Disarankan lebih aktif dalam memenuhi kewajiban pajak reklame mereka, kontribusi pajak tersebut berdampak langsung pada peningkatan kualitas infrastruktur dan layanan publik di daerah.

ABSTRACT

Regional Original Revenue has a very important role in supporting city development, including the billboard tax sector which has the potential to make a significant contribution. However, the low awareness of business actors in fulfilling billboard tax obligations is a major challenge that must be overcome. This problem has an impact on the suboptimal realisation of billboard tax which has an impact on the minimal contribution to regional development. This article aims to increase the awareness of business actors regarding the importance of billboard tax through effective education and socialisation approaches. The service method used includes structured socialisation and education. The results of this programme showed an increase in awareness of business actors in fulfilling billboard tax obligations, which contributed directly to the increase in local revenue. To achieve maximum results, the local government needs to continue to improve intensive education and socialisation programs to business actors. Businesses are also expected to be more active in fulfilling their billboard tax obligations, considering that the tax contribution plays an important role in improving the quality of life of the community through sustainable development.

1. PENDAHULUAN

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu bidang penting Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Surabaya. PAD memegang peran krusial dalam mendukung pembangunan kota khususnya kota Surabaya. PAD telah menjadi indikator kemandirian suatu wilayah dalam membiayai kebutuhan masyarakat tanpa bergantung pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Pemerintah Pusat

*Penanggung Jawab

E-mail : yoginurhidayat61@gmail.com (Yogi Nur Hidayat)*

E-mail : flaily.nisa.es@upnjatim.ac.id (Fauzatul Laily Nisa)

E-mail : renny.oktafia.es@upnjatim.ac.id (Renny Oktafia)

(Rifai & Priono, 2022). Menurut Undang – Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Sumber penerimaan PAD yaitu dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah. Bidang PAD membawahi sebanyak 7 (Tujuh) pajak daerah, yaitu Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Reklame, Pajak Hiburan dan Pajak Air Tanah. Salah satu sektor yang paling berpotensi memberikan kontribusi signifikan yaitu Pajak Reklame (Iis Anisa Yulia, 2020).

Pengertian Pajak Menurut Soemitro dalam buku (Sutedi, 2011) “Pajak adalah kontribusi wajib dari masyarakat kepada kas negara yang diatur oleh undang-undang dan bersifat memaksa. Kontribusi ini tidak memberikan imbalan langsung yang dapat dirasakan oleh pembayar pajak, namun digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan dan pengeluaran publik”. Menurut (Anggoro, 2017) “Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang dihasilkan oleh pemerintah daerah melalui kegiatan pemerintahan, pelayanan kepada masyarakat, serta pengelolaan sumber daya yang dimiliki oleh daerah tersebut”. Menurut Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah seluruh penerimaan yang bersumber dari potensi ekonomi lokal suatu daerah. Sedangkan Menurut (Abdul Halim, 2006) Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah seluruh penerimaan yang bersumber dari potensi ekonomi lokal suatu daerah. Menurut Davey (1988) dalam (Nooraini, 2018) Teori development from below menyatakan bahwa masyarakat cenderung lebih rela membayar pajak kepada pemerintah daerah dibandingkan pemerintah pusat dikarenakan mereka dapat dengan mudah melihat manfaat nyata dari pajak tersebut dalam bentuk pembangunan yang langsung dirasakan di daerah mereka.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Reklame adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempromosikan, menawarkan, atau memperkenalkan sesuatu kepada masyarakat. Reklame bertujuan menarik perhatian publik, karena ditempatkan di area yang mudah terlihat oleh banyak orang. Menurut Undang-Undang (UU) Nomor 28 Tahun 2009, Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame. Pengelolaan pajak reklame mencakup berbagai tahapan, mulai dari pengajuan izin pemasangan reklame, pembayaran pajak, pengurusan perizinan, hingga penertiban reklame yang masa tayangnya telah berakhir. Keberhasilan implementasi kebijakan pajak reklame yang dirancang pemerintah sangat bergantung pada dukungan dari berbagai pihak terkait yang turut mendukung pelaksanaan kebijakan tersebut (Komir Bastaman, 2019). Pajak reklame berkontribusi dalam pembangunan kota khususnya kota Surabaya. Namun realisasi pajak reklame di beberapa daerah, termasuk Surabaya, sering kali belum mencapai potensi maksimalnya. Masalah ini disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu tidak patuhnya pelaku usaha dalam mendaftarkan reklame dan kurang sadarnya pelaku usaha terhadap kepatuhan pajak.

Melihat permasalahan tersebut, diperlukan upaya strategis berupa sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha mengenai pentingnya penertiban pajak reklame. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban perpajakan, sekaligus mendorong peningkatan PAD Kota Surabaya. Penertiban reklame bertujuan utama untuk memberikan pembelajaran kepada para pemilik reklame yang melanggar aturan, sehingga mereka lebih sadar akan pentingnya mematuhi ketentuan yang berlaku (Miftahul Ariftama, 2024). Langkah ini diharapkan mampu mendorong perubahan perilaku agar tidak terjadi pelanggaran di masa depan. Melalui edukasi penertiban ini, diharapkan mampu menciptakan hubungan yang lebih baik antara pemerintah dan pelaku usaha dalam rangka mendukung pembangunan kota yang berkelanjutan.

Penertiban reklame merupakan tindakan yang dilakukan untuk menertibkan reklame yang belum membayar pajak dan reklame yang tidak berizin. Tujuan penertiban reklame yang belum membayar pajak adalah untuk memberikan pembelajaran dan dampak positif kepada pemilik reklame agar segera membayar pajak reklame sesuai waktu yang telah ditentukan. Rencana pemecahan masalah dalam artikel ini yaitu dengan memberikan sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha melalui komunikasi yang efektif. Dengan adanya edukasi, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan dan menambah wawasan mengenai pentingnya pajak untuk pembangunan kota yang berkelanjutan. Selain itu, pelaku usaha dapat menikmati fasilitas yang diberikan oleh pemerintah untuk meningkatkan pendapatan melalui pengembangan usahanya.

Program pengabdian ini juga menjadi wujud nyata kontribusi dalam mendukung penyelesaian masalah-masalah di tingkat lokal dan menjembatani kesenjangan informasi antara pemerintah dan masyarakat pelaku usaha. Artikel ini bertujuan menyebarluaskan pemikiran terhadap pelaku usaha yang kurang patuh dan kurang sadar mengenai peran penting pajak terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan kota. Penerimaan pajak memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu daerah dan ketika terjadi resesi, kestabilan pendapatan dari pajak dapat menjadi fondasi utama untuk menjaga dan menjamin kesejahteraan ekonomi dalam jangka Panjang (Habib Saragih, 2018). Dengan demikian, program ini tidak hanya menargetkan peningkatan PAD, tetapi juga menciptakan kesadaran kolektif tentang pentingnya peran pajak dalam membangun kota yang lebih baik.

2. METODE

Jenis metode yang digunakan adalah sosialisasi dan edukasi kepada pelaku usaha. Menurut (Murtani, 2019) Sosialisasi sering disebut sebagai teori peran (role theory), adalah proses yang membantu membentuk kepribadian seseorang dengan mengajarkan peran-peran yang perlu dijalankan dalam kehidupan. Sedangkan menurut (M Taufan Umasugi, 2021) Edukasi adalah proses memberikan pengetahuan tentang suatu hal dengan tujuan meningkatkan pemahaman masyarakat secara lebih baik. Sosialisasi dan edukasi adalah proses penting dalam membentuk individu dan masyarakat. Sosialisasi berfokus pada pembelajaran peran dalam kehidupan, sementara edukasi bertujuan meningkatkan pemahaman melalui pengetahuan, keduanya saling melengkapi untuk menciptakan masyarakat yang lebih sadar dan berdaya. Metode kegiatan pengabdian diimplementasikan dengan beberapa tahap, yaitu : (1) pelaksanaan (action) yaitu dengan memberikan edukasi dan wawasan pentingnya patuh pajak (2) evaluasi terhadap pelaku usaha setelah dilakukan penertiban, apakah efektif dan efisien dengan melakukan edukasi.

Analisis data melalui penyampaian edukasi tentang pentingnya pajak reklame kepada pelaku usaha. Penyampaian edukasi tentang pentingnya pajak reklame adalah upaya yang bukan hanya membantu meningkatkan kesadaran, tetapi juga membangun hubungan saling percaya antara pemerintah dan masyarakat. Pengabdian dilakukan selama 4 bulan, dimulai dari bulan 20 September s.d 18 Desember 2024. Lokasi pengabdian berada di Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya, Bidang Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Parkir, Pajak Reklame, Pajak Hiburan dan Pajak Air Tanah, berada di Jl. Jimerto No.25-27, Ketabang, Kec. Genteng, Surabaya, Jawa Timur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Peningkatan Wawasan Pelaku Usaha tentang Pajak Reklame

Program edukasi mengenai penertiban reklame kepada pelaku usaha berjalan dengan baik. Proses penyampaian edukasi kepada pelaku usaha dilakukan secara langsung ditempat dan proses penyampaian menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Meskipun masih terdapat beberapa tantangan yang perlu dihadapi. Temuan baru dalam pengabdian ini adalah meningkatnya pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya kewajiban pajak khususnya pajak reklame. Melalui kegiatan edukasi sebagian besar peserta mulai menyadari pentingnya mendaftarkan reklame mereka secara legal untuk mendukung pendapatan asli daerah (PAD). Edukasi berbasis dialog langsung lebih efektif dibandingkan penyampaian informasi secara sepihak (Aulia et al., 2021). Pelaku usaha yang dilibatkan aktif dalam diskusi menunjukkan respons positif. Respon pelaku usaha mengenai pajak reklame masih banyak yang mengakui kurangnya pengetahuan sebelumnya terkait prosedur pendaftaran reklame dan sanksi pelanggaran. Kegiatan pengabdian ini memberikan pelaku usaha panduan praktis tentang cara mendaftarkan reklame dan memahami manfaat membayar pajak.



Gambar 1. Edukasi Mengenai Penertiban Reklame

b. Kendala Yang Dihadapi Dalam Edukasi Penertiban Reklame

Saat pelaksanaan edukasi mengenai penertiban reklame, ada beberapa kendala yang harus dihadapi. Sebagian pelaku usaha tidak dapat berpartisipasi dan tidak mampu memahami pentingnya pajak khususnya pajak reklame, terutama pelaku usaha kecil. Pelaku usaha kecil tidak berkontribusi untuk pajak disebabkan (1) pendapatan yang tidak cukup untuk membayar pajak, pelaku usaha tersebut mengeluhkan

mengenai pendapatannya yang sangat minim. Oleh karena itu, pelaku usaha tidak mau membayar pajak. (2) ketidakpercayaan terhadap pengelolaan pajak, mereka merasa bahwa pajak yang akan mereka bayar tidak memberikan manfaat langsung kepada pelaku usaha kecil. Hal ini telah ditekankan saat edukasi, tetapi masih belum mampu meyakinkan mereka. (3) Akses yang susah pada proses pendaftaran,

Hambatan dalam penertiban adalah persepsi bahwa pajak reklame hanya membebani pelaku usaha tanpa memberikan manfaat langsung. Banyak pelaku usaha merasa bahwa pajak reklame hanya sekadar kewajiban administratif tanpa kontribusi nyata terhadap perkembangan bisnis mereka. Penting bagi pemerintah untuk mengedukasi dan berkomunikasi dengan cara yang lebih transparan dan humanis, sehingga pelaku usaha memahami bahwa pajak reklame adalah bagian dari kolaborasi untuk menciptakan pembangunan kota yang baik dan kemajuan perekonomian daerah.

Selain itu, dampak yang disebabkan dari kendala ini turunnnya pendapatan pajak reklame. Ketika banyak reklame dipasang tanpa izin atau tidak sesuai aturan, potensi pemasukan dari pajak yang seharusnya diperoleh menjadi berkurang.

Tabel 1. Realisasi Pajak Reklame Tahun 2019 - 2023

No	Tahun	Target	Realisasi	Persentase
1	2019	Rp145.435.331.005	Rp145.836.936.375	100,28%
2	2020	Rp107.729.972.290	Rp110.183.557.050	102,28%
3	2021	Rp145.295.974.222	Rp118.400.763.500	81,49%
4	2022	Rp148.319.102.646	Rp128.285.689.750	86,49%
5	2023	Rp185.311.839.418	Rp142.632.902.050	76,97%

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya

Hal ini tentu merugikan, karena pajak reklame sebenarnya dapat digunakan untuk pembangunan dan perbaikan infrastruktur kota, seperti jalan, taman, dan fasilitas publik lainnya. Jika kendala ini tidak segera diatasi, bukan hanya pendapatan daerah yang terganggu, tetapi juga kualitas tata kota yang diupayakan bersama menjadi sulit untuk diwujudkan. Solusi utama untuk menghadapi kendala ini adalah meningkatkan kualitas edukasi dengan pendekatan yang lebih kreatif dan komunikatif. Bapenda dapat berkolaborasi dengan instansi lain untuk menggunakan media, seperti di media digital, workshop interaktif, atau kolaborasi dengan komunitas pelaku usaha, untuk menjelaskan manfaat jangka panjang dari penertiban reklame. Selain itu, penyampaian informasi perlu dilakukan secara transparan, sederhana, dan mudah dipahami, sehingga masyarakat dan pelaku usaha merasa dilibatkan dan memahami bahwa aturan ini tidak hanya menguntungkan pemerintah, tetapi juga mendukung keberlanjutan bisnis mereka dalam lingkungan kota.



Gambar 2. Penyampaian Edukasi Mengenai Penertiban

c. Pendapatan Asli Daerah Dari Sektor Pajak Reklame Meningkat

Meningkatnya Pendapatan Asli Daerah merupakan hasil positif dan salah satu bukti keberhasilan dari upaya sosialisasi dan edukasi mengenai penertiban pajak reklame kepada pelaku usaha. Dengan pendekatan yang sistematis dan terarah, pelaku usaha semakin memahami pentingnya pajak reklame dalam mendukung pembangunan kota. Mereka tidak hanya lebih patuh terhadap kewajiban perpajakan, tetapi juga merasa dilibatkan sebagai bagian dari solusi. Edukasi yang dilakukan secara konsisten membantu membangun kesadaran kolektif, sehingga pelaku usaha lebih proaktif dalam mendaftarkan reklame dan membayar pajak tepat waktu (Derajad Nur Kartikowati, 2024). Dampaknya, Pendapatan Asli

Daerah meningkat signifikan dan kota dapat lebih optimal dalam menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang bermanfaat langsung bagi masyarakat.

Tabel 2. Peran Edukasi Dalam Meningkatkan Realisasi Pendapatan

Uraian	Target	Realisasi s.d Agustus	Realisasi s.d 18 Desember	& Kenaikan Realisasi
Pajak Reklame	Rp181.940.557.833	Rp90.721.390.150	Rp135.557.426330	43.76%

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya

Meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi salah satu pencapaian. Pemerintah tidak hanya menyampaikan aturan secara formal, tetapi juga memberikan pemahaman mendalam tentang manfaat pajak reklame bagi pembangunan kota (Amri Amrulloh, 2022).

d. Prosedur Penertiban Reklame

Menurut Ardiyos (2004) dalam (Wijaya & Irawan, 2018) menyatakan bahwa Prosedur adalah bagian dari sebuah sistem yang terdiri atas serangkaian langkah atau tindakan yang melibatkan beberapa orang dari satu atau lebih bagian yang telah ditentukan untuk memastikan bahwa suatu kegiatan dapat dilakukan secara berulang dengan cara yang konsisten dan seragam. Prosedur membantu memberikan panduan yang jelas agar setiap proses dapat dilakukan dengan benar, konsisten, dan terukur, baik oleh individu maupun kelompok. Prosedur penertiban reklame merupakan langkah-langkah untuk memastikan bahwa reklame tersebut sudah sesuai peraturan yang berlaku. Sebelum menertibkan reklame, Badan Pendapatan Daerah membuat surat pemberitahuan yang berisi himbuan untuk segera membayar pajak reklame. Apabila pelaku usaha dalam 7 hari tidak membayar pajak, maka akan diberlakukan penertiban pajak reklame dengan cara melakukan penyilangan terhadap objek reklame. Penyilangan reklame dilakukan dengan menempel stiker bertuliskan “PELANGGARAN” ke objek reklame.



Gambar 3. Penyilangan Reklame

Penyilangan reklame merupakan sanksi sosial yang diberikan kepada pelaku usaha yang belum membayar pajak dan belum registrasi reklame. Tindakan ini diharapkan untuk mendorong para pelaku usaha agar lebih patuh terhadap aturan yang berlaku. Dengan demikian, penyilangan reklame tidak hanya menegakkan disiplin, tetapi juga menjadi langkah edukatif untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kepatuhan pajak dalam mendukung pembangunan daerah.

4. KESIMPULAN

Pelaku usaha yang tidak patuh dalam mendaftarkan reklame dan rendahnya kesadaran mereka terhadap kewajiban pajak merupakan tantangan dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame. Hal ini tidak hanya berdampak pada penurunan potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD), tetapi juga menghambat pembangunan kota yang berkelanjutan. Kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya pajak reklame, baik sebagai kewajiban hukum maupun sebagai kontribusi langsung terhadap pembangunan daerah, masih perlu ditingkatkan. Penegakan aturan harus dengan langkah-langkah edukasi yang lebih intensif untuk membangun kesadaran pelaku usaha.

Pemerintah daerah, khususnya Badan Pendapatan Daerah (Bapenda), perlu lebih aktif dalam mendukung pelaku usaha mengenai pentingnya pajak reklame melalui program sosialisasi dan edukasi. Sosialisasi ini sebaiknya dirancang untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk membuka diskusi yang membangun kepercayaan antara pemerintah dan pelaku usaha. Melalui forum diskusi, workshop, maupun pelayanan langsung, pelaku usaha dapat lebih memahami manfaat pajak reklame terhadap pembangunan daerah.

Sanksi seperti penyilangan reklame yang belum membayar pajak harus diimbangi dengan proses yang humanis, sehingga memberikan efek jera tanpa menciptakan pertikaian pelaku usaha dan pemerintah. Hal ini menyebabkan turunnya kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Pelaku usaha, disarankan lebih aktif dalam memenuhi kewajiban pajak reklame mereka, kontribusi pajak tersebut berdampak langsung pada peningkatan kualitas infrastruktur dan layanan publik di daerah. Langkah ini tidak hanya menunjukkan kepatuhan hukum, tetapi juga wujud tanggung jawab sosial yang dapat meningkatkan citra usaha mereka di mata masyarakat. Pada akhirnya, sinergi antara pemerintah dan pelaku usaha akan menjadi kunci keberhasilan dalam menciptakan sistem pajak reklame yang efektif, adil, dan berkelanjutan.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan karunianya sehingga kami dapat menyelesaikan artikel ini. Terima kasih kami sampaikan kepada orang tua kami yang telah mendukung kami dalam menyelesaikan artikel ini. Ucapan terima kasih sampaikan kepada Bu Wida, Bu Laily dan Bapak Gembong selaku pembimbing dan memberikan kesempatan dalam pengabdian ini. Terima kasih untuk Khalifah : Jurnal Pendidikan Nusantara telah memberikan akses untuk pembuatan artikel. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca serta peneliti lain. Kami menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam jurnal ini, sehingga masukan dan kritik yang membangun sangat diharapkan.

6. REFERENSI

- Amri Amrulloh. (2022). Peningkatan Peran Pajak dalam Pembangunan Nasional Melalui Implementasi Tax Amnesty. *Jurnal Hukum Bisnis*, 11, 201–206.
- Aulia, G., Rahmah Fahriati, A., Okta Ratnaningtyas, T., Meitania Utami, S., Dwi Pratiwi, R., Adi Ismaya, N., Purnama Sari, F., Monja, T., Kania Rahsa Puji, L., & Ayu Sabrina, P. (2021). COVID-19 PREVENTION EDUCATION WITH THE HEALTH PROTOCOL OF 5M AND THE IMPORTANCE OF MULTIVITAMINS DURING COVID-19 PANDEMIC. In *Jurnal Abdi Masyarakat* (Vol. 2, Issue 1).
- Derajad Nur Kartikowati. (2024). Analisis Yuridis Sengketa Wajib Pajak Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Putusan Pengadilan Pajak. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 6161–6173. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/13214/9211>
- Habib Saragih, A. (2018). PENGARUH PENERIMAAN PAJAK TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA THE EFFECT OF TAX REVENUE ON THE ECONOMIC GROWTH IN INDONESIA. *SIKAP*, 3(1), 17–27. <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/sikap>
- Iis Anisa Yulia. (2020). Pengaruh Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus Pada Bapenda Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8, 333–338.
- Komir Bastaman. (2019). Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Subang. *The World of Public Administration Journal*, 1(1), 42–62.
- M Taufan Umasugi. (2021). Sosialisasi dan Edukasi Pemberian Vaksin Sebagai Upaya Trust Pada Masyarakat Kota Ambon. *Journal of Human and Education Research & Learning in Primary Education JOURNAL OF HUMAN AND EDUCATION*, 1, 5–7. https://kesehatan.kontan.co.id/news/inilah-bukti-MIFTAHUL_ARIFTAMA.
- Murtani, A. (2019). *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019 SINDIMAS 2019 STMIK Pontianak* (Vol. 29).
- Nooraini, A., Afif, &, & Yahya, S. (2018). *ANALISIS EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PAJAK DAERAH SEBAGAI SUMBER PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA BATU (STUDI PADA DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA BATU PROVINSI JAWA TIMUR)*.
- Rifai, A. D., & Priono, H. (2022). Pengaruh Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi dengan Pendapatan Asli Daerah Sebagai Variabel Intervening di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2016-2021. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 434. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.556>
- Indonesia, Pemerintah Pusat. Peraturan Perundang-Undangan. Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

- Indonesia, Pemerintah Pusat. Peraturan Perundang-Undangan. Undang-Undang (UU) Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah.
- Syukri Abdullah, & Abdul Halim. (2006). Studi atas Belanja Modal pada Anggaran Pemerintah Daerah dalam Hubungannya dengan Belanja Pemeliharaan dan Sumber Pendapatan. *Jurnal Akuntansi Pemerintah*, 2, 17-32.
- Wijaya, D., & Irawan, R. (2018). Prosedur Administrasi Penjualan Bearing Pada Usaha Jaya Teknik Jakarta Barat. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, XVI(1).