

# ANALISIS PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP EFEKTIVITAS PENDAPATAN PAJAK ASLI DAERAH

*by* Nadia Bella Agnes Widiastutik

---

FILE	ARTIKEL_2.PDF (1.04M)	WORD COUNT	3261
TIME SUBMITTED	15-FEB-2018 07:45AM (UTC+0700)	CHARACTER COUNT	19576
SUBMISSION ID	916172525		

29  
**ANALISIS PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP EFEKTIVITAS  
PENDAPATAN PAJAK ASLI DAERAH  
(STUDI KASUS PADA DINAS PENDAPATAN KABUPATEN SIDOARJO PERIODE  
2011 – 2014)**

Nadia Bella Agnes Widiastutik  
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
e-mail : [nbella666@gmail.com](mailto:nbella666@gmail.com)

**ABSTRACT**

Effectiveness basically shows on the level of achievement of results, often or always associated with efficient understanding, although there is a difference between them. Effectiveness relates to the level of success or failure and that to determine the degree of effectiveness of a person's success, group, organization even to our State must make a comparison between truth or accuracy with error or done.

In order to know the effectiveness of advertisement tax first compare the realization of advertisement tax acceptance to the target set, so we can calculate the level of effectiveness. The level of effectiveness can also be seen by comparing what is planned with the results achieved. Thus, if something is planned not in accordance with the results achieved it can be said to be ineffective. To measure this requires several indicators of effectiveness that can be a reference in measuring the effectiveness itself.

Keywords: Advertising Tax, Local Revenue.

## ABSTRAK

<sup>19</sup> Efektivitas pada dasarnya menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasia dikaitkan dengan pengertian efisien , meskipun sebenarnya ada perbedaan diantara keduanya. <sup>8</sup> Efektivitas berhubungan dengan tingkat kebenaran atau keberhasilan dan kesalahan bahwa untuk menentukan tingkat efektivitas keberhasilan seseorang, kelompok, organisasi bahkan sampai kepada Negara kita harus melakukan perbandingan antara kebenaran atau ketepatan dengan kekeliruan atau yang dilakukan.

Guna mengetahui efektivitas pajak Reklame terlebih dahulu <sup>1</sup> membandingkan antara realisasi penerimaan pajak Reklame terhadap target yang ditetapkan, sehingga kita dapat menghitung tingkat efektivitasnya. <sup>2</sup> Tingkat efektivitas juga dapat dilihat dengan membandingkan antara apa yang direncanakan dengan hasil yang telah dicapai. Maka demikian, apabila sesuatu yang direncanakan <sup>8</sup> tidak sesuai dengan hasil yang dicapai maka dapat dikatakan tidak efektif. Untuk mengukur hal ini dibutuhkan beberapa indikator-indikator efektivitas yang bisa menjadi acuan dalam mengukur efektivitas itu sendiri.

**Kata Kunci :** Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah.

### <sup>2</sup> LATAR BELAKANG

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan Negara yang digunakan untuk melaksanakan pembangunan bagi seluruh rakyat Indonesia. Pajak dipungut dari warga Negara Indonesia dan menjadi salah satu

kewajiban yang dapat dipaksakan penagihannya. Pembangunan nasional Indonesia pada dasarnya dilakukan oleh masyarakat bersama sama pemerintah.

<sup>3</sup> Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah yang mempunyai kontribusi

cukup besar dalam menunjang pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Sidoarjo. Pajak Reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame. Pengenaan Pajak Reklame tidak mutlak ada pada seluruh kabupaten/Kota di seluruh Indonesia. Dari beberapa sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), pajak merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang paling penting karena setiap tahunnya pajak daerah mampu memberikan sumbangan yang cukup besar bagi penerimaan daerah.

#### **Rumusan Masalah**

Bagaimana analisis efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kabupaten sidoarjo ?

#### **Tujuan penelitian**

Untuk menganalisis efektivitas pajak reklame terhadap penerimaan pajak asli daerah kabupaten sidoarjo.

#### **Manfaat penelitian**

Melalui penelitian ini diharapkan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat baik

bagi peneliti sendiri, bagi masyarakat maupun pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti tersebut. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

a) Bagi pemerintah kabupaten sidoarjo, Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pemerintah kabupaten sidoarjo dalam evaluasi untuk mengembangkan pajak reklame kabupaten sidoarjo.

b) Bagi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Penelitian ini diharapkan menambah referensi bagi perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan sebagai tolak ukur bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian mengenai pajak reklame

c) Bagi peneliti Penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori yang di dapat mengenai pajak reklame serta menambah pengetahuan bagi peneliti .

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Efektivitas

Mengukur efektivitas yang dilakukan pada sebuah organisasi bukan merupakan <sup>2</sup> suatu hal yang sederhana, karena suatu efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan sesuai dengan masing-masing peneliti yang menilainya berdasarkan konsep yang telah ada. <sup>2</sup> Tingkat efektivitas juga dapat dilihat dengan membandingkan antara apa yang direncanakan dengan hasil yang telah dicapai. Efektivitas itu sendiri memiliki tiga tingkatan yang berbeda, dikelompokkan pada tingkat individu, kelompok, dan organisasi penelitian ini menggunakan serangkaian ukuran sebagai berikut:

<sup>16</sup>

1. Hasil (Yield)
2. Keadilan (Equity)
3. Daya Guna Ekonomi (Economic Efficiency)

### 4. Kemampuan Melaksanakan

(Ability to Implement)

### 5. Kecocokan Sebagai Sumber

Penerimaan Daerah (Suitability as Local Revenue Resources).

<sup>27</sup> Efektivitas merupakan kontribusi yang dihasilkan oleh *output* (keluaran) terhadap pencapaian tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Di bawah ini terdapat tabel mengenai presentase interpretasi kriteria efektivitas:

**Tabel 1. Kriteria Efektivitas**

Interpretasi Kriteria Efektivitas as <sup>2</sup> (Persentase %)	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
90-100%	Efektif
80-90%	Cukup Efektif
60-80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

Berdasarkan Tabel Interpretasi Kriteria Efektivitas di atas, dengan menggunakan persentase disertai kriteria sebagai ukurannya. Kita dapat melihat bahwa apabila presentase pencapaian <sup>7</sup> kurang dari 60% maka termasuk ke dalam kategori Tidak Efektif, 60-80% termasuk ke dalam kategori Kurang Efektif, 80-90% <sup>7</sup> termasuk ke dalam kategori Cukup Efektif, 90-100% termasuk ke dalam kategori Efektif, dan apabila melebihi 100% termasuk ke dalam kategori Sangat Efektif.

## 2. Pendapatan Asli Daerah

<sup>9</sup> berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pendapatan Asli Daerah merupakan tulang punggung pembiayaan daerah, oleh karenanya kemampuan melaksanakan ekonomi diukur dari besarnya kontribusi yang diberikan

oleh Pendapatan Asli Daerah terhadap APBD, semakin besar kontribusi yang dapat diberikan.

## 3. Pajak

<sup>5</sup> Dalam undang-undang nomor 28 tahun 2007 yang merupakan perubahan ketiga atas Undang-undang nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (disingkat “UU KUP”) adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dana yang terkumpul dari <sup>22</sup> pajak merupakan salah satu sumber pendapatan vital bagi negara. Pendapatan ini akan digunakan untuk membiayai semua pengeluaran

termasuk pembangunan negara. Selain pembangunan, pengeluaran lainnya yang perlu dibiayai termasuk pembiayaan penegakan hukum, keamanan negara, infrastruktur ekonomi, pekerjaan publik, subsidi, biaya operasional negara dan banyak lagi.

#### METODE PENELITIAN

<sup>12</sup> Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu suatu penelitian dengan mengumpulkan, menyusun, mengolah dan menganalisis data angka, agar dapat memberikan gambaran mengenai suatu keadaan tertentu dapat ditarik kesimpulan. Perhitungan angka-angka menggunakan rumus efektivitas Analisis data yang digunakan:

Guna mengetahui efektivitas pajak reklame terlebih dahulu <sup>1</sup> membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame terhadap

target yang ditetapkan, sehingga untuk menghitung tingkat efektivitasnya

$$\frac{\text{Realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{Target penerimaan pajak reklame}} \times 100\%$$

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### <sup>6</sup> Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Sidoarjo Tahun Anggaran 2011-2014

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)
2011	8.000.000.000	8.627.271.694
2012	8.500.000.000	8.582.371.415
2013	8.750.000.000	8.900.173.479
2014	8.500.000.000	8.746.985.777

Sumber, DPKKA Kabupaten Sidoarjo <sup>4</sup>

## Target dan Realisasi Pajak Asli Daerah

### Kabupaten Sidoarjo Tahun

Anggaran 2011-2014

Tahun	Target PAD (Rp)	Realisasi Penerimaan PAD (Rp)
2011	223.500.000.000.00	264.538.593.736.65
2012	380.312.000.000.00	400.366.973.028.30
2013	498.100.000.000.00	524.764.658.686.30
2014	597.600.000.000.00	608.692.188.163.50

Sumber : DPKKA Kabupaten Sidoarjo

Dari tahun ke tahun selalu mencapai target yang sudah ditergetkan. Pada tahun 2011 penerimaan pendapatan asli daerah sebesar Rp 264.538.593.736.65. pada tahun 2012 penerimaan pendapatan asli daerah sebesar Rp 400.366.973.028.30. pada tahun 2013 penerimaan pendapatan asli daerah sebesar Rp 524.764.658.686.30. dan pada tahun 2014 penerimaan pendapatan asli daerah sebesar Rp 608.692.188.163.50.

6

## Target dan Realisasi Pajak

### Reklame Kabupaten Sidoarjo

Tahun Anggaran 2011-2014



Disini dapat dilihat bahwa penerimaan pajak reklame di Kabupaten Sidoarjo dari tahun 2011-2014 mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2011 realisasi pajak reklame Rp 8.627.271.694, Tahun 2012 realisasi pajak reklame Rp 8.582.371.415, pada Tahun 2013 realisasi pajak reklame Rp 8.900.173.479, dan pada tahun 2014 realisasi pajak reklame Rp 8.746.985.777

34

## Realisasi Pendapatan Asli Daerah

### Kabupaten Sidoarjo Tahun 2011- 2014

Pendapatan asli daerah (PAD) kabupaten Sidoarjo terdiri dari sumber-sumber penerimaan berikut:

18

1. Pajak Daerah.
2. Retribusi Daerah.
3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah Yang Dipisahkan.
4. Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah Yang Sah.

**6**  
**Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Sidoarjo Tahun Anggaran 2011**

Keterangan	Target	Realisasi	Presentase
<b>Pajak Reklame</b>	<b>8.000.000</b>	<b>8.627.271.679</b>	<b>107,84%</b>
Reklame Papan/Billboard	7.065.000	7.562.507.287	107,04%
Reklame kain	600.000	680.244.123	113,37%
Reklame Melekat	-	-	-
Reklame Selebaran	50.000	35.740	71,47%
Reklame Berjalan	25.000	24.523,924	98,09%
Reklame udara	10.000	6.400	64%
Reklame Baliho	250.000	317.856.360	127,14%

Pada tabel di atas mengenai target dan realisasi Pajak Reklame diketahui bahwa pada tahun 2011 Reklame Papan/Billboard, Reklame Kain Dan Reklame Baliho mengalami peningkatan dalam realisasinya. Dapat dilihat untuk Reklame Selebaran, Reklame Berjalan, Dan Reklame Udara tidak mencapai peningkatan dalam realisasinya. Dan itu di sebabkan karena mayoritas penduduk Sidoarjo bisa dikatakan jarang atau sedikit yang menggunakan Reklame Selebaran, Reklame Berjalan, Maupun Reklame Udara sehingga Realisasi dari ketiga Reklame tersebut tidak dapat dicapai oleh target

**1**  
**Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Sidoarjo Tahun Anggaran 2012**

Eterangan	Target	Realisasi	Presentase
<b>Pajak Reklame</b>	<b>8.500.000</b>	<b>8.582.371.415</b>	<b>100,96%</b>

Reklame Papan/Billboard	7.360.000.000	7.407.735.516	100,64%
Reklame kain	760.000.000	888.667.550	116,92%
Reklame Melekat	-	-	-
Reklame Selebaran	20.000.000	7.039.375	35,20%
Reklame Berjalan	50.000.000	42.708.974	86,42%
Reklame udara	10.000.000	7.680.000	97,68%
Reklame Baliho	300.000.000	228.540.000	77,18%

Pada tabel di atas mengenai target dan realisasi Pajak Reklame diketahui bahwa pada tahun 2012 Reklame Papan/Billboard, Reklame Kain Dan Reklame Baliho mengalami peningkatan dalam realisasinya. Dapat dilihat untuk Reklame Selebaran , Reklame Berjalan, Dan Reklame Udara tidak mencapai peningkatan dalam realisasinya. Dan itu di sebabkan karena mayoritas penduduk Sidoarjo bisa dikatakan jarang atau sedikit yang menggunakan Reklame

Selebaran, Reklame Berjalan , Maupun Reklame Udara sehingga Realisasi dari ketiga Reklame tersebut tidak dapat dicapai oleh target

#### 6 Target dan Realisasi Pajak Reklame

#### Kabupaten Sidoarjo Tahun Anggaran

2013

Keterangan	Target	Realisasi	Presentase
<b>Pajak Reklame</b>	<b>8.750.000.000</b>	<b>8.900.173.479</b>	<b>101,70%</b>
Reklame Papan/Billboard	5.800.300.000	7.342.524.936	126,58%
Reklame kain	1.772.000.000	1.168.102.410	66,93%
Reklame Melekat	12.300.000	480.000	03,91%
Reklame Selebaran	84.700.000	190.000	0,23%
Reklame Berjalan	84.700.000	35.655.758	42,10%
Reklame udara	50.000.000	-	0%
Reklame Baliho	946.000.000	353.220.375	37,34%

Pada tabel di atas mengenai target dan realisasi Pajak Reklame diketahui bahwa pada tahun 2013 Reklame Papan/Billboard mengalami peningkatan dalam realisasinya. Dapat dilihat untuk <sup>4</sup> Reklame Kain, Reklame Melekat, Reklame Selebaran, Reklame Berjalan, Reklame Udara Dan Reklame Baliho tidak mencapai peningkatan dalam realisasinya. Disini bisa kita lihat bahwa sebenarnya tahun 2013 90% Reklame nya tidak ada yang mencapai Target Karena bisa dikatakan di tahun ini penduduk Sidoarjo juga Tidak ada yang memasang Reklame ataupun menyebar Reklame dan sebagainya

<sup>6</sup> **Target dan Realisasi Pajak Reklame Kabupaten Sidoarjo Tahun Anggaran 2014**

Keterangan	Target	Realisasi	Presentase
Pajak Reklame	8.500.000	8.746.985.777	102,90%
Reklame Papan/Billboard	5.550.300	6.880.151.530	123,95%
Reklame kain	1.772.000	1.410.887.303	79,63%

Reklame Melekat	12.300.000	-	0%
Reklame Selebaran	84.700.000	380.000	0,45%
Reklame Berjalan	84.700.000	54.584.344	64,45%
Reklame udara	50.000.000	-	0%
Reklame Baliho	946.000.000	400.982.600	2,49%

Pada tabel di atas mengenai target dan realisasi Pajak Reklame diketahui bahwa pada tahun 2014 Reklame Papan/Billboard mengalami peningkatan dalam realisasinya. Dapat dilihat untuk <sup>4</sup> Reklame Kain, Reklame Melekat, Reklame Selebaran, Reklame Berjalan, Reklame Udara Dan Reklame Baliho tidak mencapai peningkatan dalam realisasinya. Disini bisa kita lihat bahwa sebenarnya tahun 2013 90% Reklame nya tidak ada yang mencapai Target Karena bisa dikatakan di tahun ini penduduk Sidoarjo juga Tidak ada yang memasang Reklame ataupun menyebar Reklame dan sebagainya

Tingkat efektivitas penerimaan <sup>15</sup> pajak reklame di kabupaten sidoarjo dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan target pajak reklame. Apabila perhitungan efektivitas pajak reklame menghasilkan presentase mendekati atau melebihi 100% maka pajak efektif atau pemungutan pajak reklame di kabupaten sidoarjo semakin baik. Dibawah ini <sup>39</sup> hasil perhitungan efektivitas pajak reklame di kabupaten Sidoarjo tahun 2011-2014

$$\begin{aligned} \text{tahun 2011} &= \frac{8.627.271.694}{8.000.000.000} \times 100\% \\ &= 107,84\% \end{aligned}$$

Tabel efektivitas pajak reklame di atas menunjukkan tingkat efektivitas pada tahun 2011 sangat efektif. <sup>1</sup> meskipun sudah sangat efektif karena berada di atas 100%, namun persentasenya masih menunjukkan *trend* fluktuatif. Sedangkan target dan realisasi dari tahun ke tahun cenderung meningkat setiap tahunnya.

$$\begin{aligned} \text{tahun 2012} &= \frac{8.582.371.415}{8.500.000.000} \times 100\% \\ &= 100,96\% \end{aligned}$$

Tabel efektivitas pajak reklame di atas menunjukkan tingkat efektivitas pada tahun 2012 sangat efektif. <sup>1</sup> meskipun sudah sangat efektif karena berada di atas 100%, namun persentasenya masih menunjukkan *trend* fluktuatif. Sedangkan target dan realisasi dari tahun ke tahun cenderung meningkat setiap tahunnya.

$$\begin{aligned} \text{tahun 2013} &= \frac{8.900.173.479}{8.750.000.000} \times 100\% \\ &= 101,70\% \end{aligned}$$

Tabel efektivitas pajak reklame di atas menunjukkan tingkat efektivitas pada tahun 2013 sangat efektif. <sup>1</sup> meskipun sudah sangat efektif karena berada di atas 100%, namun persentasenya masih menunjukkan *trend* fluktuatif. Sedangkan target dan realisasi dari tahun ke tahun cenderung meningkat setiap tahunnya.

$$\begin{aligned} \text{tahun 2014} &= \frac{8.746.985.777}{8.500.000.000} \times 100\% \\ &= 102,90\% \end{aligned}$$

Tabel efektivitas pajak reklame di atas menunjukkan tingkat efektivitas pada tahun 2014 sangat efektif.<sup>1</sup> meskipun sudah sangat efektif karena berada di atas 100%, namun persentasenya masih menunjukkan *trend* fluktuatif. Sedangkan target dan realisasi dari tahun ke tahun cenderung meningkat setiap tahunnya.

#### Hasil Analisis

Dari perhitungan diatas dapat dilihat bahwa penerimaan pajak reklame setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sudah ditargetkan oleh dinas pendapatan daerah kabupaten sidoarjo. Pada tahun 2011 penerimaan pajak reklame mencapai 107,84% sangat efektif. Pada tahun 2012 penerimaan pajak reklame mencapai 100,96% sangat efektif. Pada tahun 2013 penerimaan pajak reklame mencapai 101,70% sangat efektif. Pada tahun 2014 penerimaan pajak reklame mencapai 102,90% sangat efektif.<sup>17</sup> Dengan melihat rata-rata penerimaan pajak reklame kabupaten

sidoarjo yang lebih dari 100% atau rata-rata sebesar 103,35%<sup>17</sup> hal ini menunjukkan bahwa kinerja dalam pemungutan pajak reklame di kabupaten sidoarjo sangat efektif.

Diketahui bahwa pada tahun 2011 Reklame Papan/Billboard, Reklame Kain Dan Reklame Baliho mengalami peningkatan dalam realisasinya. Dapat dilihat untuk Reklame Selebaran , Reklame Berjalan, Dan Reklame Udara tidak mencapai peningkatan dalam realisasinya. Dan itu di sebabkan karena mayoritas penduduk Sidoarjo bisa dikatakan jarang atau sedikit yang menggunakan Reklame Selebaran, Reklame Berjalan, Maupun Reklame Udara sehingga Realisasi dari ketiga Reklame tersebut tidak dapat dicapai oleh target. Sedangkan pada tahun 2012 Reklame Papan/Billboard, Reklame Kain Dan Reklame Baliho mengalami peningkatan dalam realisasinya. Dapat dilihat untuk Reklame Selebaran, Reklame Berjalan, Dan Reklame Udara tidak mencapai peningkatan dalam realisasinya.

Dan itu di sebabkan karena mayoritas penduduk Sidoarjo bisa dikatakan jarang atau sedikit yang menggunakan Reklame Selebaran, Reklame Berjalan , Maupun Reklame Udara sehingga Realisasi dari ketiga Reklame tersebut tidak dapat dicapai oleh target.

### **Kesimpulan**

<sup>1</sup> Tingkat efektivitas pajak reklame dalam kurun waktu 4(empat) tahun periode 2011-2014 berturut-turut yaitu 107,84%, 100,96%, 101,70%, 102,90%. Persentase efektivitas menunjukkan tingkat efektif dari tahun 2011-2014. <sup>1</sup> Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah Kota Sidoarjo yang diwakili Dinas Pendapatan Daerah melakukan pemungutan pajak reklame <sup>1</sup> dengan efektif, dibuktikan dengan hasil kriteria yang cenderung sangat efektif dimana realisasi selalu berada di atas target yang ditetapkan.

Tingkat efektivitas dari pajak reklame Kota Sidoarjo <sup>26</sup> sudah sangat efektif karena

secara keseluruhan tingkat efektivitas mencapai persentase lebih dari 100%.

### **Saran**

Secara keseluruhan tingkat efektivitas dari pajak reklame pada tahun 2011-2014 sudah sangat efektif. Akan tetapi sangat perlu perhatian dari pemerintah untuk mengatur <sup>14</sup> ketentuan yang jelas untuk menentukan target penerimaan pajak daerah. Selain itu, instansi terkait dapat meningkatkan efektivitas dengan upaya <sup>14</sup> meningkatkan kegiatan pendataan atau pendaftaran potensi sumber pajak yang ada di daerah penagihan penyeteroran yang belum di bayar (pembayaran yang menunggak).

Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Sidoarjo harus menyiapkan tambahan aparatur pajak dalam satu tim untuk mengupdate data-data tagihan yang lebih akurat dan terbaru setiap tahunnya serta meningkatkan kinerja pemeriksaan dan kinerja lapangan. Pengoptimalisasian terhadap kualitas dan kuantitas aparatur pajak

agar mampu meningkatkan kualitas pemungutan yang lebih efektif agar pencapaian potensi, efektivitas dapat optimal untuk memenuhi keuangan daerah. Selain itu pemerintah harus lebih tegas dalam pengadaaan sanksi hukum kepada wajib pajak yang tidak jujur atau enggan membayar pajak ataupun mendaftarkan dirinya karena merasa pajak tidak ada manfaatnya seperti memberikan sanksi yang mengagetkan/therapy shock yaitu sanksi khusus serta memberikan reward bagi wajib pajak yang rajin membayar pajaknya tepat waktu agar memotivasi wajib pajak lain bahwa pemungutan pajak itu wajib dan bermanfaat bagi Negara / daerah maupun masyarakat karena untuk memenuhi pembangunan perekonomian daerah.

#### Daftar Pustaka

Atteng Jovanly, (2016). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

(PAD) Di Kota Manado Tahun (2011-2015) Kasus Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado.

Belkaoui, Ahmed Riahi. (2011). Teori Akuntansi Buku 1. Edisi Kelima.

Penerbit Salemba Empat. Jakarta

Erfitria, Rahmawati.(2014). Kontribusi

Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Guna Pertumbuhan

Pembangunan Daerah di Kota Surabaya. Universitas Wijaya Putra.

Surabaya

Ersita,Mega.(2016). Analisis Efektivitas

Penerimaan Retribusi Daerah dan Kontribusinya Terhadap

Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Provinsi Sulawesi Utara.

Jurnal EMBA Vol.3 No.4

Halim, Abdul 2010, Akuntansi Daerah Sektor Publik. Salemba Empat. Jakarta

Julastiana, Yaneka., Suartana, I Wayan (2013). Analisis Efisiensi dan

Efektivitas Penerimaan

**Pendapatan Asli Daerah Kabupaten**

**Magelang.** Universitas Udaya, Bali

Midiyati, Nur Meilyna. (2011) <sup>21</sup> **Analisis**

**Efektivitas Dan Efisiensi Pajak**

**Reklame Serta Kontribusinya**

**Terhadap Penerimaan Pajak Daerah**

**(Studi Kasus Pada DPKAD Kota**

**Semarang)**

Murniarti Lierta. (2012). <sup>13</sup> **Analisa Efektivitas**

**Pemungutan Pajak Dan Retribusi Serta**

**Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Asli**

**Daerah Kota Kediri** Nugraha Agita. (2012)

**Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak**

**Reklame Terhadap Pendapatan**

**Asli Daerah (Studi Kasus Pada**

**Pemerintah Kabupaten Wonogiri)**

<sup>28</sup> Nurmayasari, Dini. (2010). **Analisis**

**penerimaan pajak reklame Kota**

**Semarang.** Skripsi. Semarang:

Fakultas **Ekonomi Universitas**

**Diponegoro.**

Pesik, V. F. (2013). <sup>2</sup> **Faktor-faktor yang**

**mempengaruhi penerimaan pajak**

**reklame di Kota Manado.** Jurnal

EMBA, Vol. 1 No 3, September

2013:804–812.

Purwanto Adi Sayugo. (2016). <sup>32</sup> **Pengaruh**

**Pajak Reklame Terhadap Peningkatan**

**Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten**

**Berau**

Ridwan. (2013). <sup>3</sup> **Kontribusi Pajak Reklame**

**Dalam Meningkatkan Pendapatan**

**Asli Daerah Pada Dinas Pendapatan**

**Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah**

**Kabupaten Nunukan.**

<sup>13</sup> Rinawati Reny. (2013). **Analisis pengaruh**

**Pemungutan Pajak Reklame**

**Terhadap Upaya Peningkatan**

**Pendapatan Asli Daerah(PAD) Kota**

**Surabaya.** Vol 2 No 2

Suhono, Eva Maria Sulastri. (2017). <sup>31</sup> **Analisis**

**Kontribusi Dan Efektivitas Pajak**

**Daerah Sebagai Sumber Pendapatan**

**Asli Daerah Kabupaten Karawang.** Vol. 2

No. 01

Triski Intan Meylani Lengkong, (2015)

10

**Analisis Potensi Dan Efektivitas**

**Pemungutan Pajak Reklame Di**

**Kota Bitung.** Jurnal Berkala Ilmiah

**Efisiensi.** Volume 15 No. 04 Tahun

2015

24

Widyaningsih, Aristanti (2011) **Analisis**

**Potensi Penerimaan Pajak Reklame**

**Kota Bandung Periode 2001-2007.**

diakses 10 Desember 2012

Yudisyus Oppissen. (2013). **Penerimaan**

**Pajak Reklame Dan Faktor-Faktor**

**Yang Mempengaruhinya**

20

Zainuddin. (2016). **Efektivitas, Efisiensi**

**Dan Kontribusi Pajak Daerah**

**Terhadap Pendapatan Asli Daerah**

**Provinsi Maluku Utara.** Jurnal Ilmu

**Ekonomi & Sosial.** VOL.VII, NO. 2, 156 -

178 p-ISSN: 2085- 8779 e-ISSN: 2354-

7723

# ANALISIS PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP EFEKTIVITAS PENDAPATAN PAJAK ASLI DAERAH

## ORIGINALITY REPORT

**%37**  
SIMILARITY INDEX

**%37**  
INTERNET SOURCES

**%2**  
PUBLICATIONS

**%20**  
STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>perpajakan.studentjournal.ub.ac.id</b> Internet Source	<b>%5</b>
<b>2</b>	<b>repository.unhas.ac.id</b> Internet Source	<b>%4</b>
<b>3</b>	<b>ejournal.an.fisip-unmul.ac.id</b> Internet Source	<b>%3</b>
<b>4</b>	<b>dokumen.tips</b> Internet Source	<b>%2</b>
<b>5</b>	<b>eprints.perbanas.ac.id</b> Internet Source	<b>%2</b>
<b>6</b>	<b>www.repository.uinjkt.ac.id</b> Internet Source	<b>%1</b>
<b>7</b>	<b>repository.unpas.ac.id</b> Internet Source	<b>%1</b>
<b>8</b>	<b>digilib.unila.ac.id</b> Internet Source	<b>%1</b>
<b>9</b>	<b>repository.usu.ac.id</b>	

Internet Source

% 1

10

[ejournal.unsrat.ac.id](http://ejournal.unsrat.ac.id)

Internet Source

% 1

11

Submitted to Trisakti University

Student Paper

% 1

12

[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

Internet Source

% 1

13

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

% 1

14

[ejournal.stienusa.ac.id](http://ejournal.stienusa.ac.id)

Internet Source

% 1

15

[www.ejournal-s1.undip.ac.id](http://www.ejournal-s1.undip.ac.id)

Internet Source

% 1

16

[eprints.uns.ac.id](http://eprints.uns.ac.id)

Internet Source

% 1

17

[repository.uinjkt.ac.id](http://repository.uinjkt.ac.id)

Internet Source

% 1

18

[www.bpk.go.id](http://www.bpk.go.id)

Internet Source

% 1

19

[digilib.uinsby.ac.id](http://digilib.uinsby.ac.id)

Internet Source

% 1

20

Submitted to Udayana University

Student Paper

% 1

---

21	<a href="http://ebookmarket.org">ebookmarket.org</a> Internet Source	% 1
22	<a href="http://jurnalskripsitesis.wordpress.com">jurnalskripsitesis.wordpress.com</a> Internet Source	% 1
23	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	% 1
24	<a href="http://eprints.mdp.ac.id">eprints.mdp.ac.id</a> Internet Source	<% 1
25	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<% 1
26	<a href="http://scholar.unand.ac.id">scholar.unand.ac.id</a> Internet Source	<% 1
27	<a href="http://anasyukriyah.blogspot.com">anasyukriyah.blogspot.com</a> Internet Source	<% 1
28	<a href="http://jurnalfe.ustjogja.ac.id">jurnalfe.ustjogja.ac.id</a> Internet Source	<% 1
29	<a href="http://zainalmutt.blogspot.com">zainalmutt.blogspot.com</a> Internet Source	<% 1
30	Submitted to Krida Wacana Christian University Student Paper	<% 1
31	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	<% 1

---

32	<a href="http://www.stiem-samarinda.ac.id">www.stiem-samarinda.ac.id</a> Internet Source	<% 1
33	<a href="http://jurnal.umrah.ac.id">jurnal.umrah.ac.id</a> Internet Source	<% 1
34	<a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id">repositori.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	<% 1
35	<a href="http://divacomputerlwl.blogspot.com">divacomputerlwl.blogspot.com</a> Internet Source	<% 1
36	<a href="http://blog.binadarma.ac.id">blog.binadarma.ac.id</a> Internet Source	<% 1
37	<a href="http://journal.umy.ac.id">journal.umy.ac.id</a> Internet Source	<% 1
38	<a href="http://www.yahukimokab.go.id">www.yahukimokab.go.id</a> Internet Source	<% 1
39	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE  
BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF