

Pengawasan Pajak Reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung

¹ Irfan Saeful Ikhsan, ² Faizal Pikri

¹ UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia; irfansaefulikhsan@gmail.com

² UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia; faizalpkri@uinsgd.ac.id

Abstract

This research is motivated by the author's interest in the efforts of the Bandung City Regional Revenue Management Agency in monitoring the billboard tax. Based on the observations made, there is a problem, namely the advertisement tax revenue is not in accordance with the expected target due to the lack of direct implementation of the advertisement tax supervision, there are still taxpayers who put up billboards but do not report first, lack of human resources in monitoring the billboard tax supervision. in the Regional Revenue Management Agency. The research method used in this research is a qualitative approach with descriptive research type. Data collection techniques using through interviews, observation, documents and triangulation. The results of this study indicate that the advertisement tax supervision has implemented the characteristic theory of effective supervision. However, there are still dimensions that have not worked well, among others: in an organizational realistic dimension because the number of human resources under supervision is not sufficient. inhibiting factors, namely limited human resources, lack of awareness of taxpayers of local taxes, and the determination of the potential for advertisement tax that has not been on target. Efforts are made to monitor the billboard tax, namely increasing the number of human resources and increasing their competence through education and training, increasing the socialization of understanding about the billboard tax to the public, conducting periodic supervision of taxpayers so that there are no deviations or deviations. there are data errors submitted by taxpayers, and strict enforcement of the implementation of billboard tax supervision.

Keyword: Local Government, Tax Control, Billboards, Revenue Management

Pendahuluan

Pengawasan diperlukan untuk memastikan bahwa pekerjaan dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Pengawasan mencegah adanya bentuk penyimpangan dari hal yang tidak semestinya terjadi, sehingga seluruh kegiatan organisasi dapat terlaksana dengan apa yang diharapkan. Adanya pengawasan pajak reklame diupayakan untuk mengawasi masyarakat atau perusahaan yang melanggar ketentuan tentang reklame yang didirikan.

Pendapatan asli daerah dari pajak reklame menjadi fokus utama dalam pengawasan. Karena penerimaan pajak reklame yang baik akan berdampak positif bagi pelaksana pengawasan, sehingga mereka dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Untuk memperoleh penerimaan pajak reklame yang baik, setiap daerah harus mampu secara kreatif menciptakan dan mendorong lebih banyak sumber pendapatan daerah melalui pengawasan. Salah satu sumber pendapatan daerah adalah sektor pajak reklame.

Sebagai salah satu pelaksana otonomi daerah di Jawa Barat, Pemerintah Kota Bandung juga berupaya meningkatkan pendapatan asli daerah dengan memungut pajak daerah sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 20 tentang Pajak Daerah Tahun 2011. Objek pajak daerah yang dikelola oleh Dinas Pengelolaan Pendapatan Kota Bandung adalah pajak reklame. Pelaksanaan pengawasan pajak reklame dilaksanakan oleh Dinas Perpajakan Kota Bandung. Hal tersebut diatur sesuai Peraturan Walikota Bandung No. 005 Tahun 2019 tentang pedoman pelaksanaan periklanan dalam Pasal 41 disebutkan Pengawasan/penertiban reklame terhadap aspek perpajakan ada Pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

Penelitian ini sangat menarik karena mengkaji pendapatan asli daerah berdasarkan pajak reklame. Pengawasan yang efektif diperlukan untuk meningkatkan realisasi pajak reklame agar dapat tercapai secara optimal. Apabila mengoptimalkan potensi pajak reklame, tentunya akan berdampak cukup besar terhadap penerimaan pajak reklame, namun faktanya beberapa reklame tidak dikenai pajak karena reklame tidak resmi atau tanpa izin dan bisa disebut ilegal. Hal ini terlihat dari munculnya reklame yang berhasil disiarkan tanpa izin. Padahal, jika reklame yang telah berhasil ditampilkan itu diperbolehkan dan dikenai pajak, maka target pajak reklame yang telah ditetapkan sebelumnya bisa tercapai.

Terdapat beberapa masalah terkait pajak reklame dilihat dari pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung, dikarenakan kurangnya pengawasan pajak reklame yang secara langsung terdapat permasalahan yaitu penerimaan pajak reklame yang tidak sesuai dengan target yang diharapkan beberapa wajib pajak yang melakukan pemasangan reklame tetapi tidak melapor terlebih dahulu, Minimnya sumber daya manusia untuk pengawasan perpajakan reklame pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah. BPPD Kota Bandung sangat membutuhkan pengawasan yang efektif karena hal itu akan memberikan kendali dan bantuan untuk mengatasi permasalahan pada pajak reklame.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylor didalam Moleong (2017) bahwa metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Tipe penelitian deskriptif merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri atau hanya terdiri dari satu variabel, tanpa adanya komparasi, ataupun menghubungkannya dengan variabel lainnya (Pasolong, 2016).

Jenis data yang dipakai yaitu data kualitatif. Peneliti menggunakan data kualitatif disebabkan melihat sebuah permasalahan dan kenyataan yang diamati. Untuk proses penelitiannya, terdapat sumber data yang diperlukan data tersebut yaitu peneliti mengambil data primer dari pertanyaan langsung/wawancara langsung, atau juga dokumen yang dikeluarkan lembaga yang teliti oleh subjek penelitian di BPPD Bandung. Peneliti juga memakai data sekunder dari dokumen berupa laporan hasil penerimaan pajak reklame selama kurun waktu empat tahun terakhir (2016-2019), dan dokumen lainnya yang diperlukan oleh peneliti. Data sekunder menurut (Silalahi, 2018), yaitu bahan atau dokumen yang digabungkan dari sumber kedua atau dari berbagai sumber lainnya yang sudah ada dari sebelum penelitian dilaksanakan.

Dalam pengumpulan datanya peneliti menggunakan observasi tiga jenis, yaitu observasi terstruktur, observasi tidak terstruktur, dan observasi partisipasi. Dalam observasi terstruktur atau tersamar, peneliti terlebih dahulu meminta perizinan kepada pihak sumber data. Kemudian dalam observasi berpartisipasi, peneliti melihat sendiri di lapangan karena menjadi masyarakat yang melihat adanya permasalahan. Terakhir observasi tidak terstruktur, peneliti meminta data sebagai pendukung kepada pihak sumber data terlebih dahulu. Hal ini dilakukan peneliti karena fokus penelitian masih belum terlalu jelas.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara semi-struktur. dimana Hal ini peneliti lakukan dengan mempertimbangkan keadaan yang ada, informan dimintai pendapat dan idenya yang sesuai dengan pertanyaan peneliti ajukan. Selanjutnya peneliti dengarkan dan catat apa yang diutarakan informan. Selanjutnya, peneliti juga melakukan studi dokumen yang berbentuk catatan, foto, atau ciptaan-ciptaan dari seseorang. Dokumen yang

diambil dari penelitian ini yaitu berupa arsip-arsip milik BPPD Bandung yang bersangkutan paut dengan pengkajian dan bisa mendukung penelitian yang dilakukan.

Peneliti menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2017), yaitu pertama reduksi data dengan menghimpun, memilih soal-soal pokok yang penting, dan memusatkan pada inti pengkajian dan menghilangkan yang tidak berarti. Maka begitu informasi yang direduksi dapat membagikan perkiraan sesuatu yang nyata, sehingga meringankan peneliti untuk dilakukannya pengumpulan bahan yang dibutuhkan kemudian. Kedua, yaitu Penyajian Data dengan cara membuat paparan ringkas, bagan, atau hubungan antar kategori. Penyajian data ini dapat menyederhanakan guna menafsirkan yang telah terjadi, dan memikirkan kerja berikutnya, berdasarkan yang sudah difahami. Ketiga, yaitu verifikasi/kesimpulan dengan menyimpulkan dan merangkum perolehan dari pengkajian yang telah dilaksanakan.

Hasil Dan Pembahasan

Pajak reklame merupakan salahsatu mata pajak yang dipungut oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung, Untuk mendorong penerimaan pajaknya maka ditetapkannya target pendapatan disetiap periodenya. Target pajak reklame sebagai rencana tindakan yang dinyatakan secara kuantitatif. Berbicara masalah target yang ditetapkan tentu perlu adanya perbandingan dengan realisasi atau perwujudan dari adanya target yang sudah dibuat. Apabila realisasinya melebihi target yang ditetapkan maka kinerja yang dilakukannya baik. Pelaksanaan pencapaian target memerlukan adanya pengawasan untuk mengawasi dari berbagai kendala-kendala yang bisa menghambat target yang ditetapkan tidak optimal. Peneliti sajikan mengenai informasi target dan realisasi pajak reklame Kota Bandung yakni dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1
Penerimaan Pajak Reklame

Tahun	Target (Rupiah)	Realisasi (Rupiah)	Presentase (%)	Jumlah Wajib Pajak
2016	316.000.000.000	25.646.023.484	8,12	1.11
2017	244.000.000.000	12.895.521.249	5,29	341
2018	240.000.000.000	24.861.554.725	10,36	900
2019	214.703.680.216	29.611.190.016	13,79	1059

Sumber : BPPD Kota Bandung, (Diolah Peneliti 2020)

Berdasarkan data informasi diatas dapat dilihat bahwa laporan penerimaan realisasi pajak reklame dalam kurun waktu 4 tahun berturut belum pernah mencapai target yang ditentukan pemerintah Kota Bandung. Pada tahun 2016 target yang ditetapkan sebesar Rp. 316.000.000.000 dan realisasi Rp. 25.646.023.484, tahun 2017 target diturunkan menjadi Rp. 244.000.000.000 diikuti juga oleh penurunan realisasi sebesar Rp. 12.895.521.249 hanya 5,29 % dari target yang telah ditetapkan, Untuk di tahun 2018 target pajak reklame diturunkan juga menjadi Rp. 240.000.000.000 diikuti peningkatkan penerimaan realisasi sebesar Rp. 24.861.554.725 meski hal itu juga hanya 10,36 % dari target yang ditentukan. dan pada tahun 2019 target pajak reklame mengalami penurunan lagi sebesar Rp. 214.703.680.216 realisasi mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang dimana realisasi pada tahun 2019 sebesar

Rp. 29.611.190.016 tetapi tetap saja target yang ditentukan tidak tercapai hanya 13,79 % dari target yang telah ditetapkan. Terdapat fenomena juga meskipun target pajak reklame diturunkan selama 4 tahun berturut-turut tetapi tetap saja realisasi penerimaan pajak reklame tidak pernah tercapai. Tetapi ada sisi baiknya dimana adanya peningkatan realisasi penerimaan pajak reklame disetiap tahunnya meskipun pada tahun 2017 mengalami penurunan realisasi pajak reklame dari tahun sebelumnya.

Hasil penelitian merupakan inti dari proses penelitian yang didasarkan pada temuan di lapangan, dan data diolah serta dianalisis sesuai dengan teori yang digunakan. Selain itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori pengawasan menurut Handoko (2015) tentang karakteristik pengawasan yang efektif. Teori tersebut digunakan untuk mengukur keberhasilan pengawasan pajak reklame melalui beberapa dimensi evaluasi, antara lain akurasi, ketepatan waktu, obyektifitas dan kelengkapan, dengan fokus pada titik kontrol strategis, realitas organisasi dan fleksibilitas. Pembahasan mengenai peraturan pajak reklame di BPPD Kota Bandung yang dijelaskan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

A. Akurat

Dalam dimensi akurat, peneliti menyimpulkan dari pernyataan yang dilontarkan kepala seksi pajak reklame, seksi sub bidang pajak reklame, kepala seksi bidang pemeriksaan dan pengawasan dan diperkuat oleh wajib pajak reklame yang bersedia di wawancara oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa pegawai selalu memperoleh informasi yang akurat dalam pelaksanaan kerja. Pimpinan selalu memberikan setiap informasi yang berkaitan tentang pelaksanaan kerja kepada ke para pegawai. Sehingga para pegawai dapat melaksanakan kegiatan kerja dengan lancar dan jelas terhadap apa yang harus dilakukan pada setiap masing-masing bidang dan BPPD memperoleh data yang akurat dari para wajib pajak. Dalam cakupan ketelitian pengawasan pajak reklame di Kota Bandung, terlihat dari kejelasan informasi yang diberikan untuk melakukan kegiatan pengawasan bahwa data yang dimiliki oleh BPPD dan data yang diberikan oleh Wajib Pajak melalui pemeriksaan sudah akurat.

B. Tepat Waktu

Pada dimensi tepat waktu maka dapat peneliti simpulkan bahwa maka dapat peneliti simpulkan bahwa dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan BPPD Kota Bandung dikatakan baik, terlihat dari pernyataan dari hasil wawancara yang menyatakan bahwa pengawasan selalu dilakukan karena jadwalnya pun sudah ditetapkan sebelumnya. Hal ini sesuai dengan dimensi tepat waktu.

C. Objektif dan Menyeluruh

Dapat peneliti simpulkan bahwa dalam melaksanakan pengawasan pajak reklame dilakukan secara objektif, tidak membedakan wajib pajak satu dengan wajib pajak lainnya, jika dalam pengawasan pajak reklame dalam pengawasan administrasinya terdapat kejanggalaan maka akan ditindaklanjuti pengawasan lapangan jika memang terdapat pelanggaran maka akan ditindaklanjuti dengan memberikan teguran berupa surat teguran kepada wajib pajak yang bersangkutan.

D. Terpusat pada Titik Pengawasan Strategik

Peneliti simpulkan bahwa selama ini dalam melaksanakan pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD Kota Bandung menggunakan strategi yang sesuai standar yang ada dan tidak hanya mengawasi wajib pajak reklame di lokasi strategis saja tetapi secara seluruh yang ada di Kota Bandung.

E. Realistik secara organisasional

Dalam dimensi realistik secara organisasional, dapat dilihat bahwa salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan BPPD Kota Bandung adalah sumber daya manusia dan sarana prasarana. Adapun dari segi jumlah sumber daya manusianya belum memadai dan untuk sarana prasarana tergolong cukup memadai dan cenderung harus ditingkatkan.

F. Fleksibel

Disimpulkan bahwa ancaman datang dari wajib pajak reklame itu sendiri, dimana adanya reklame yang ilegal yang tentunya tidak mempunyai izin untuk mendirikan reklame serta tidak membayar pajak reklamennya.

Pajak reklame merupakan salah satu pajak yang bisa dimaksimalkan oleh Kota Bandung dalam pendapatan daerah dan untuk membiayai kebutuhan serta pengeluaran yang dibutuhkan oleh Kota Bandung. Maka dari itu perlu adanya fungsi pengawasan untuk melihat apakah target yang ditetapkan sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya. Dalam suatu proses pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD Kota Bandung tentu saja tidak berjalan mulus tetapi tentu saja akan menemui beberapa tantangan, dan mungkin saja akan selalu ada hambatan yang menghambat dalam proses pengawasan pajak reklame di Kota Bandung. Sama halnya dengan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung terdapat beberapa faktor penghambat, diantaranya:

1. Terbatasnya jumlah sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan satu faktor yang sangat mempengaruhi pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Bandung. Diperlukannya SDM yang terampil dan memadai untuk mengoptimalkan target yang sudah ditetapkan. Untuk SDM di BPPD Kota Bandung dalam pengelolaan pajak reklame masih belum memadai dari segi jumlah orangnya, karena dalam pengawasan pajak reklame ini diperlukannya para pegawai untuk mengawasi pajak reklame di Kota Bandung, disamping itu para pegawainya tidak semua mengerti dan ahli tentang reklame karena reklame itu agak unik banyak teknis serta administrasinya dilapangan.

2. Kesadaran Wajib Pajak terhadap pajak daerah masih kurang

Hal ini dilihat dari adanya reklame yang ilegal dipasang tanpa izin dan tidak membayar pajaknya. Hal ini dipertegas oleh Bapak cecep sutisna Berdasarkan pernyataan yang dilontarkan diatas dapat diketahui bahwa kesadaran wajib pajak terhadap pajak daerah masih kurang hal ini dilihat dari banyaknya reklame yang ilegal, hal ini menyebabkan rendahnya realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Bandung.

3. Penetapan potensi pajak reklame belum tepat sasaran.

Upaya dalam Pengawasan Pajak Reklame di Kota Bandung yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung.

Dengan beberapa hambatan yang ditemui pada pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung tentunya pihak yang bersangkutan tidak tinggal diam dengan hal tersebut. Berdasarkan penelitian penulis yang dilakukan di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung serta data yang berhasil diperoleh penulis dari BPPD Kota Bandung telah menunaikan kewajibannya untuk mengawasi kenaikan pajak reklame guna meningkatkan penerimaan pajak reklame. Terdapat beberapa upaya yang dilakukan diantaranya:

1. Meningkatkan jumlah sumber daya manusia dan meningkatkan keahliannya melalui pendidikan dan pelatihan.
2. Sosialisasi pemahaman tentang pajak reklame kepada masyarakat. Hal ini diupayakan terus melakukan sosialisasi oleh BPPD Kota Bandung terhadap masyarakat akan pentingnya mematuhi aturan-aturan tentang memasang reklame, dengan cara mendaftarkan reklame berdasarkan izin dan membayar pajaknya di BPPD Kota Bandung.
3. Dilaksanakannya pengawasan secara rutin terhadap wajib pajak, hal tersebut untuk menghindari adanya penyimpangan atau adanya data yang tidak benar disampaikan oleh wajib pajak.
4. Penegakan aturan atas penyelenggaraan pengawasan pajak reklame

Upaya yang dilakukan BPPD disini dengan melihat peraturan atau kebijakan baru mengenai pajak reklame yang telah dibuat berdasarkan keputusan yang ada. Dimana perda yang terbaru bisa mengoptimalkan realisasi penerimaan pajak reklame. Disini dapat dipahami adanya perda yang baru dimana apabila ada reklame yang tidak berizin dan ketahuan siapa orangnya maka wajib orang tersebut membayar pajak meskipun tidak memiliki izin dan dihitung berdasarkan tayangnya reklame. Bisa dicermati bahwa tidak tercapainya target yang ditetapkan dari pajak reklame karena adanya wajib pajak yang tidak patuh untuk membayar pajaknya. Dengan segala bentuk cara yang sedang ataupun telah dilakukannya BPPD Kota Bandung, diharapkan untuk periode selanjutnya penerimaan pajak reklame dapat tercapai bahkan atau melebihi target penerimaan pajak reklamenya.

Maka dari itupun harus adanya kerja sama antara masyarakat dan petugas yaitu bagi masyarakat dengan cara melakukan pembayaran pajak sesuai dengan waktu yang tertera, memasang reklame dengan izin pendirian yang sudah disepakati, sehingga petugas pun akan mudah sekali dalam proses olah data penerimaan pajak reklamenya karena masyarakatnya yang taat dan patuh terhadap aturan yang ada.

Simpulan

Berdasarkan proses pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung yang berdasarkan teori karakteristik pengawasan yang efektif menurut Handoko. Didapatkan Hasil Penelitian yang telah diperoleh yaitu bahwa Pengawasan pajak reklame pada badan pengelolaan pendapatan kota bandung telah menerapkan teori yang efektif. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang belum berjalan baik , antara lain: aspek realistik organisasi dikarenakan kurang memadainya jumlah sumber daya manusia dalam melaukan pengawasan.

Kendala pengawasan perpajakan reklame di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung adalah keterbatasan sumber daya manusia, pemahaman wajib pajak tentang perpajakan daerah masih kurang, dan tujuan penentuan potensi perpajakan reklame belum mencapai target. Upaya peningkatan pengawasan pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain peningkatan sumber daya manusia, peningkatan kapabilitas melalui pendidikan dan pelatihan, serta peningkatan sosialisasi pemahaman masyarakat tentang pajak reklame. Melakukan pemantauan wajib pajak secara berkala untuk menghindari pelanggaran atau kesalahan data yang disampaikan oleh Wajib Pajak, dan menegakkan secara tegas pelaksanaan pengawasan pajak reklame.

Referensi

- Anizar, H. (2013). Efektifitas Pengawasan Pemasangan Reklame Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame Di Kota Pekanbaru. (Skripsi). Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Anggara, S. (2016). Ilmu Administrasi Negara. Bandung: Pustaka Setia.
- Banga, W. (2018). Kajian Administrasi Publik Kontemporer. Yogyakarta: Gava Media.
- Chalik, S. (2016). Administrasi Kesehatan Masyarakat. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. (2015). Reserch Design Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Engkus. (2017). Administrasi Publik dalam Perspektif Ekologi. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 7 No.1.
- Hakim, A.L. (2013). Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame Di Kota Tangerang. (Skripsi). Program Studi Manajemen Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Halim, A. (2015). Akuntansi Keuangan Daerah. Jakarta: Salemba Empat.
- Handoko. (2015). Manajemen Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFEE-Yogyakarta.
- Kencana, I. (2014). Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Maksudi, & Irawan, B. (2017). Dasar-dasar Administrasi Publik. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Manullang. (2015). Dasar-Dasar Manajemen. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Moleong, L.J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pasolong, H. (2016). Teori Administrasi Publik. Bandung: Alfabeta
- Resmi, S. (2017). Perpajakan Teori dan Kasus. Jakarta: Salemba Empat.
- Rohmah, N. (2019). Pengawasan Pendidikan dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits. Ibnu Sina Malang.
- Sakti, F.T., Fauzia, S. (2018). Pengaruh Pengawasan Pajak Hotel Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.8. No. 1.
- Sanderson, A. (2018). Analisis Sistem Pengawasan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Medan. (Skripsi). Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Silalahi, U. (2018). Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Waluyo. (2016). Perpajakan Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Yanti, R.W. (2017). Pengaruh Pelaksanaan Dan Pengawasan Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pendapatan Pajak Reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kampar.(Skripsi). Jurusan Akuntansi Fakultas EKonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.