



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 998-1012

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Palembang

Totok Sudyanto^{1✉}, Panca Satria Putra², Vera Septa Riana³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas PGRI Palembang

Email : totoktajir1978@gmail.com ✉

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas dan kontribusi pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang Tahun 2020-2022. Populasi penelitian ini adalah data target dan realisasi pajak reklame, dan pendapatan asli daerah (PAD) di Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang. Teknik pengambilan sampel adalah teknik dokumentasi, sampel yang digunakan data target dan realisasi pajak reklame, dan pendapatan asli daerah (PAD) di Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang Tahun 2020-2022. Teknik analisis data penelitian menggunakan teknik analisis data kualitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame untuk tahun 2020 sebesar 61,02%, pada tahun 2021 sebesar 127,43%, dan untuk tahun 2022 sebesar 89,90%. Sedangkan untuk kontribusi pajak reklame pada pendapatan asli daerah pada tahun 2020 sebesar 1,77%, pada tahun 2021 sebesar 2,74%, dan untuk tahun 2022 sebesar 1,95%.

Kata kunci: *Pajak Reklame, PAD*

Abstract

This study aims to determine the level of effectiveness and contribution of advertisement tax to Palembang City's Original Revenue (PAD) in 2020-2022. The population of this study is the target data and the realization of advertisement tax, and Regional Own Revenue (PAD) in the Regional Revenue Agency of Palembang City. The sampling technique is a documentation technique, the sample used is target data and advertisement tax realization, and local revenue (PAD) at the Palembang City Regional Revenue Agency for 2020-2022. Research data analysis techniques using qualitative data analysis techniques. The analytical method used in this study is a qualitative descriptive analysis method. The results of this study indicate that the effectiveness of advertisement tax for 2020 is 61,02%, in 2021 it is 127,43%, and for 2022 is 89,90%. Meanwhile, the contribution of advertisement tax to regional original income in 2020 is 1,77%, in 2021 it is 2,74%, and for 2022 it is 1,95%.

Keywords: *Advertisement Tax, PAD*

PENDAHULUAN

Persaingan usaha mulai semakin keras, mengharuskan perusahaan/organisasi memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah, salah satunya dengan inovasi kreatifitas seperti periklanan. Periklanan menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan usaha, Semakin menarik iklannya, maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk atau menggunakan jasa tersebut. Periklanan merupakan alat komunikasi yang mampu membuat pemasar seringkali mencapai audiens yang besar. Sebagian besar dari kendaraan media periklanan mampu menyediakan kesempatan untuk mengetahui melalui penglihatan, suara, maupun gerakan yang dilakukan. Majunya sebuah kota seringkali bisa dilihat dari banyaknya reklame yang ada dipinggir jalan. Selain menimbulkan kesan ramai, sebenarnya reklame merupakan alat promosi yang paling efektif untuk diingat masyarakat. Selain itu reklame juga difungsikan untuk memajukan atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu yang diperhatikan.

Di kota Palembang dapat kita lihat banyaknya reklame yang berada dipinggir jalan, Sehingga penulis ingin mengetahui apakah orang yang memasang reklame tersebut membayar pajak kepada pemerintah daerah setempat, sehingga dapat diketahui tingkat efektivitas maupun kontribusi yang diberikan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah.

Berdasarkan tabel 1.1 Target dan Realisasi Pajak Reklame diatas bahwa untuk target dari tahun 2020 ke tahun 2021 terjadi penurunan sebesar Rp. 12.000.000.000,- atau 40%, dan dari tahun 2021 ke tahun 2022 terjadi peningkatan sebesar Rp. 12.000.000.000,- atau 40% dan untuk realisasi dari tahun 2020 ke tahun 2022 meningkat.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pajak reklame tahun 2020 sampai dengan tahun 2022. Yaitu salah satu pajak daerah yang diharapkan dapat memberikan efektivitas dan kontribusi yang besar dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah sehingga dapat mensukseskan pembangunan daerah. Maka dalam penelitan ini penulis tertarik untuk mengambil judul: "Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Pada Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Palembang".

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Palembang, yang beralamat di Jalan Merdeka No. 21 Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Kode Pos 30131, Nomor Telepon (07711) 352282.

Metode Penelitian

Menurut Sugiyono, (2021:2) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini ditujukan untuk menjelaskan, memaparkan, dan menggambarkan data-data yang obyektif dari masalah yang telah dianalisis melalui dokumen yang telah ada terkait efektivitas dan kontribusi pajak reklame pada pendapatan asli daerah kota Palembang.

Populasi dan Sampel

Populasi

Istilah Populasi pada penelitian kualitatif dinamakan "*social situation*" atau situasi sosial yang meliputi tempat (*Place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berkorelasi secara sinergis (Sugiyono, 2022:91). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Data Target dan Realisasi Pajak Reklame, dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang Tahun 2020-2022.

Sampel

Mewakili bagian kecil dari populasi yang sedang dikaji disebut sampel (Arikunto, 2020:174). Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Data Target dan Realisasi Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang Tahun 2020-2022.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data yang memberikan data secara langsung kepada peneliti disebut data primer.

2. Data Sekunder

Sumber data yang memberikan data kepada peneliti melalui perantara.

Contohnya: melalui dokumen terdahulu atau melalui orang lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik dokumentasi. Dokumentasi yang dimaksud ialah dokumen-dokumen yang berisi data-data

akurat terkait dengan pajak reklame yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Palembang.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah teknik analisis data kualitatif. Menurut Sugiyono (2022:25) analisis data kualitatif ialah prosedur dalam memilih, memilah, dan mengorganisasikan data yang dikumpulkan dari lapangan, oleh karena itu diperoleh pemahaman yang mendalam, bermakna dan berupa temuan baru yang bersifat deskriptif dari obyek yang diteliti. Dimana dalam melakukan analisis data terhadap permasalahan yang ada peneliti menggunakan rumus efektivitas dan kontribusi.

➤ Rumus Efektivitas Pajak Reklame

$$\text{Efektivitas Reklame} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Target Penerimaan Pajak Reklame}} \times 100\%$$

➤ Rumus Kontribusi Pajak Reklame

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Retribusi Daerah}}{\text{Realisasi Penerimaan PAD}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Analisis Data

Perhitungan Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame

Untuk mengetahui tingkat efektivitas Pajak Reklame di Kota Palembang di hitung dengan cara membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan target pajak reklame. Apabila perhitungan efektivitas pajak reklame menghasilkan angka atau persentase mendekati atau melebihi 100% maka pajak reklame semakin efektif dengan kata lain kinerja pemungutan pajak reklame di kota palembang semakin membaik.

Berikut merupakan Rasio perhitungan Efektivitas:

$$\text{Efektivitas Pajak Reklame} = \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak reklame}}{\text{Target penerimaan pajak reklame}} \times 100\%$$

Tabel 4.3 Rasio Perhitungan Efektivitas

Klasifikasi Efektivitas	Kriteria
$\geq 100\%$	Sangat efektif
100%	Efektif
90%-99%	Cukup efektif
75%-89%	Kurang efektif
$\leq 75\%$	Tidak efektif

Sumber: Mahmudi, 2016:141

Tabel 4.4 Efektivitas Pajak Reklame Kota Palembang Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Target Pajak Reklame	Realisasi Pajak Reklame	Efektivitas %
1.	2020	30.000.000.000,00	18.307.596.568,00	61,02%
2.	2021	18.000.000.000,00	22.938.852.522,00	127,43%
3.	2022	30.000.000.000,00	26.971.159.150,00	89,90%

Sumber: Data diolah, 2023

Tahun 2020

Diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2020 sebesar Rp. 18.307.596.568,00 dan target penerimaan pajak reklame pada tahun 2020 sebesar Rp. 30.000.000.000,00, maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &18.307.596.568,00 \\ \text{Efektivitas Pajak Reklame} &= \frac{\text{-----}}{\text{-----}} \times 100\% \\ &30.000.000.000,00 \\ &= 61,02\% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektivitas penerimaan hasil pajak reklame di Kota Palembang pada tahun 2020 sebesar 61,02%.

Tahun 2021

Diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2021 sebesar Rp. 22.938.852.522,00 dan target penerimaan pajak reklame pada tahun 2021 sebesar Rp. 18.000.000.000,00, maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} &22.938.852.522,00 \\ \text{Efektivitas Pajak Reklame} &= \frac{\text{-----}}{\text{-----}} \times 100\% \\ &18.000.000.000,00 \\ &= 127,43\% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektivitas penerimaan hasil pajak reklame di Kota Palembang pada tahun 2020 sebesar 127,43%.

Tahun 2022

Diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2022 sebesar Rp. 26.971.159.150,00 dan target penerimaan pajak reklame pada tahun 2022 sebesar Rp.

30.000.000.000,00, maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} & 26.971.159.150,00 \\ \text{Efektivitas Pajak Reklame} &= \frac{\text{---}}{\text{---}} \times 100\% \\ & 30.000.000.000,00 \\ &= 89,90\% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh tingkat efektivitas penerimaan hasil pajak reklame di Kota Palembang pada tahun 2020 sebesar 89,90%.

Tabel 4.5
Hasil Perhitungan Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame
Terhadap Pendapatan Asli Daerah Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Efektivitas	Penilaian
1.	2020	61,02	Kurang efektif
2.	2021	127,43	Sangat efektif
3.	2022	89,90	Cukup efektif

Sumber: Data diolah, 2023

Perhitungan Analisis Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame

Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang dihitung dengan cara membandingkan realisasi penerimaan Pajak Reklame dengan realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah. Untuk mengetahui kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah digunakan rumus:

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame} = \frac{\text{Jumlah Realisasi Pajak Reklame}}{\text{---}}$$

100%

Jumlah Realisasi PAD

Tabel 4.6 Klasifikasi Kriteria Kontribusi

Klasifikasi Kontribusi	Kriteria
0,00 – 10%	Sangat Kurang
10,10% – 20%	Kurang
20,10% – 30%	Sedang
30,10% – 40%	Cukup Baik
40,10% – 50% Diatas	Sangat Baik

Sumber: Fitra, 2019:205

Tabel 4.7

Persentase Kontribusi Pajak Reklame pada Pendapatan Asli Daerah
Kota Palembang Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Persentase Kontribusi
1.	2020	18.307.596.568,00	1.032.720.967.939,99	1,77%
2.	2021	22.938.852.522,00	836.993.260.908,04	2,74%
3.	2022	26.971.159.150,00	1.378.999.509.032,10	1,95%

Sumber: Data diolah, 2023

Tahun 2020

Diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2020 sebesar Rp. 18.307.596.568,00 dan realisasi pendapatan asli daerah kota palembang pada tahun 2020 sebesar Rp. 1.032.720.967.939,99. Maka perhitungannya sebagai berikut:

18.307.596.568,00

Kontribusi Pajak Reklame = _____

X 100%

1.032.720.967.939,99

$$= 1,77\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Palembang pada tahun 2020 sebesar 1,77%.

Tahun 2021

Diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2021 sebesar Rp. 22.938.852.522,00 dan realisasi pendapatan asli daerah kota palembang pada tahun 2021 sebesar Rp. 836.993.260.908,04. Maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame} = \frac{22.938.852.522,00}{836.993.260.908,04} \times 100\%$$

$$= 2,74\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Palembang pada tahun 2020 sebesar 2,74%.

Tahun 2022

Diketahui bahwa realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun 2022 sebesar Rp. 26.971.159.150,00 dan realisasi pendapatan asli daerah kota palembang pada tahun 2022 sebesar Rp. 1.378.999.509.032,10. Maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi Pajak Reklame} = \frac{26.971.159.150,00}{1.378.999.509.032,10} \times 100\%$$

$$= 1,95\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diperoleh tingkat kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Palembang pada tahun 2020 sebesar 1,95%.

Tabel 4.8.
Kriteria Kontribusi Pajak Reklame pada PAD
Kota Palembang Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Presentase (%)	Kriteria
1.	2020	1,77%	Sangat Kurang
2.	2021	2,74%	Sangat Kurang
3.	2022	1,95%	Sangat Kurang

Sumber: Data diolah, 2023

Pembahasan

Perhitungan Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2020-2022

Dari hasil perhitungan rasio efektivitas penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang selama 3 tahun 2020-2022 diatas, dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini:

Tabel4.9
Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame
Kota Palembang Tahun 2020- 2022

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Target Pajak Reklame	Persentase %	Kriteria
2020	18.307.596.568,00	30.000.000.000,00	61,02%	Kurang efektif
2021	22.938.852.522,00	18.000.000.000,00	127,43%	Sangat efektif
2022	26.971.159.150,00	30.000.000.000,00	89,90%	Cukup efektif

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel 4.9 dapat dilihat tingkat efektivitas Pajak Reklame dari tahun 2020-2022. Di tahun 2020 tingkat efektivitasnya sebesar 61,02% Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian pajak reklame termasuk dalam kategori "Kurang efektif" Penyebabnya adalah wajib pajak yang belum melakukan pembayaran kewajiban pajaknya, dan pada saat itu situasi covid-19 sehingga terdapat beberapa usaha reklame yang kurang mendapatkan pemasukan dari penyelenggaraan reklame. Kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 66% dari tahun sebelumnya menjadi 127,43%, Hasil ini menunjukkan bahwa target yang direalisasikan oleh pemerintah telah tercapai bahkan melebihi dari target yang diinginkan. target mengalami penurunan, akan tetapi pada realisasinya mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena masih banyaknya perusahaan/instansi yang menggunakan reklame tidak melakukan pembayaran pajak, sehingga mengakibatkan realisasi penerimaan pajak tidak sesuai dengan target pendapatan, Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian pajak reklame termasuk dalam kategori "Sangat efektif". Dan pada tahun 2022 mengalami penurunan lagi sebesar 37% dari tahun sebelumnya menjadi 89,90% Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian pajak reklame termasuk dalam kategori "Cukup efektif" Hal ini terjadi karena masih adanya wajib pajak yang tidak membayar pajak sesuai tarif.

Perhitungan Analisis Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame pada PAD Kota Palembang Tahun 2020-2022

Dari hasil perhitungan rasio kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang selama 3 tahun 2020-2022 diatas, dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah ini:

Tabel 4.10
 Analisis Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame pada PAD
 Kota Palembang Tahun 2020-2022

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Persentase %	Kriteria
2020	18.307.596.568,00	1.032.720.967.939,99	1,77%	Sangat Kurang
2021	22.938.852.522,00	836.993.260.908,04	2,74%	Sangat Kurang
2022	26.971.159.150,00	1.378.999.509.032,	1,95%	Sangat

Sumber: Data diolah, 2023

Rasio kontribusi dihitung menggunakan cara membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan total realisasi penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) pada tahun yang sama, Untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan melalui pajak reklame pada pendapatan asli daerah (PAD) Kota Palembang. Setelah menghitung kontribusi Pajak Reklame dari tahun 2020-2022 dapat diketahui bahwa untuk Pajak Reklame persentase terbesar pada tahun 2021 sebesar 2,74% dan persentase terendah pada tahun 2020 sebesar 1,77%.

Dilihat dari tabel 4.10 kontribusi penerimaan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang tahun 2020-2022, Pada tahun 2020 realisasi pajak reklame sebesar Rp.18.307.596.568,00 dan realisasi pendapatan asli daerah (PAD) pada tahun 2020 sebesar Rp. 1.032.720.967.939,99 maka kontribusi yang diberikan pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang sebesar 1,77%, Hasil ini menunjukkan bahwa pajak reklame termasuk dalam kategori kriteria "Sangat Kurang". Kemudian pada tahun 2021 realisasi pajak reklame sebesar Rp.22.938.852.522,00 dan realisasi pendapatan asli daerah (PAD) pada tahun 2021 sebesar Rp. 836.993.260.908,04 maka kontribusi yang diberikan pajak reklame mengalami kenaikan sebesar 0,97% dari tahun sebelumnya menjadi 2,74%, Hasil ini menunjukkan bahwa pajak reklame termasuk dalam kategori kriteria masih "Sangat Kurang". Dan pada tahun 2022 realisasi pajak reklame sebesar Rp. 26.971.159.150,00 dan realisasi pendapatan asli daerah (PAD) sebesar Rp. 1.378.999.509.032,10 maka kontribusi yang diberikan pajak reklame mengalami penurunan sebesar 0,79% dari tahun sebelumnya menjadi 1,95%, Hasil ini menunjukkan bahwa pajak reklame termasuk dalam kategori masih "Sangat Kurang".

Pada tahun 2020 merupakan awal mula pandemi Covid-19, Sehingga pembatasan kegiatan dan sosial sangat diperketat oleh pemerintah daerah. Hal tersebut membuat banyak karyawan di PHK dan membuat mereka kesulitan untuk memenuhi kewajiban membayar pajak. Namun pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2022 perekonomian Negara Indonesia mulai membaik, adanya pelanggaran peraturan, dimana perusahaan mulai mempekerjakan kembali karyawannya, sehingga para wajib pajak bisa kembali memenuhi kewajiban membayar pajak daerah khususnya pajak reklame. Namun hal tersebut juga belum bisa mencapai target penerimaan pajak reklame yang ditentukan oleh pemerintah daerah.

SIMPULAN

Tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Palembang dihitung dengan cara membandingkan antara realisasi penerimaan pajak reklame dengan target penerimaan pajak reklame sedangkan untuk kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang dihitung dengan membandingkan antara realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun yang sama. dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan rasio efektivitas dari tahun 2020-2022 penerimaan pajak reklame yang sangat efektif adalah pada tahun 2021 dengan persentase 127,43% (Sangat Efektif). Hasil ini menunjukkan bahwa target yang direalisasikan oleh pemerintah telah tercapai bahkan melebihi dari target yang diinginkan. Pada tahun 2022 penerimaan pajak reklame cukup efektif dengan persentase 89,90%. Sedangkan penerimaan pajak reklame yang kurang efektif adalah pada tahun 2020 dengan persentase 61,02% (Kurang Efektif). Hasil ini menunjukkan bahwa pada tahun 2020 realisasi belum mencapai target yang diinginkan.
2. Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Palembang dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 bahwa kontribusi penerimaan pajak reklame mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2020 Kontribusi pajak reklame sebesar 1,77%, Tahun 2021 kontribusi pajak reklame mengalami peningkatan sebesar 2,74%, Tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 1,95%.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran yang dapat dijadikan bahan informasi sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan Pajak Reklame di Kota Palembang sebagai berikut:

1. Penerimaan pajak reklame sudah efektif, akan tetapi perlu ditingkatkan lagi karena masih ada penerimaan yang belum mencapai target, untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame maka pemerintah khususnya dalam hal ini Badan Pendapatan Daerah Kota Palembang diharapkan mengadakan sosialisasi terhadap masyarakat terutama wajib pajak dalam membayar pajak guna meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) khususnya pajak reklame.
2. Kontribusi pajak reklame pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Palembang sangat kurang, dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah melalui kontribusi Pajak Reklame yaitu BAPENDA Kota Palembang sebaiknya lebih tegas menindak wajib pajak yang tidak menjalankan kewajibannya perpajakannya seperti pencabutan perizinan

usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, R, Setiawan, S, & Cahyati, N. (2020). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pekalongan . *Balance: Economic, Business, Management, and Accounting Journal*, XVII(1).
- Damayanti, I, Valianti, R, M, & Mursalin. (2021). Analisis Potensi dan Kontribusi Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 18(3), 357-370.
- Diki, I, Jaurino, & Sari, W. (2022). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Pontianak. *Jurnal Akuntansi*, 2(1), 33-40.
- Fitra, H. (2019). *Analisis Neraca dan Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah Daerah*. Malang: CV IRDH.
- Harefa, M, Permana, H, S, & Mangeswuri, R, D. (2017). *Optimalisasi Kebijakan Penerimaan Daerah*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kurnia, R., Subandi, D., & Kuswonto. (2017). *Kamus Populer Bahasa Indonesia*. Jakarta: Bee Media Pustaka.
- Mahmudi. (2016). *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan Teori & Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Samudra, A. A. (2015). *Perpajakan Di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Suandy, E. (2014). *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supramono, & Damayanti, T, W. (2015). *Perpajakan Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Susyanti, J, & Dahlan, A. (2016). *Perpajakan*. Malang: Empatdua Media.
- Sutanto, P, M. (2014). *Perpajakan Indonesia*. Karawang: Mitra Wacana Media.
- Sutedi, A. (2016). *Hukum Pajak*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Tim. (2022). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang.
- Wowor, M, S, Sondakh, J, & Tirayoh, V. (2022). Analisis Perbandingan Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Tomohon

Dan Kabupaten Minahasa. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum, 5(2)*, 1129-1140.

Yunita, E, & Yuliandi. (2021). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 9(1)*, 79-92