

**ANALISIS EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME
TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN LAMONGAN PERIODE
TAHUN 2016-2020**

Ana Luthfiana

Prodi Perpajakan Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan
Lamongan Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 41, Jetis, Tlogoanyar, Kec.
Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur (62115)

Analuthfiana14@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji analisis efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah kabupaten lamongan periode tahun 2016-2020. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah data realisasi dan target Penerimaan Pendaptan Asli Daerah Kabupaten Lamongan selama tahun 2016-2020 dan sampelnya adalah data target dan realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Lamongan tahun 2016-2020 metode pengumpulan data menggunakan data sekunder. Hasil dari penelitian, Tingkat efektivitas pajak reklame Kabupaten Lamongan secara keseluruhan dilihat dari rata-rata setiap tahunnya 87,87% dan termasuk kriteria yang cukup efektif. Efektivitas tertinggi terjadi pada tahun 2019 yaitu sebesar 100,60%. Besarnya kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan PAD Kabupaten Lamongan kurang berkontribusi. Kontribusi pajak reklame tertinggi terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 2,09% . dan memiliki nilai rata-rata kontribusi sebesar 1,92%.

Kata kunci: Efektivitas Pajak Reklame, Kontribusi Pajak Reklame, Pendapatan Asli.

Abstract. This study aims to examine the effectiveness and contribution of advertising tax revenue to the local revenue of Lamongan Regency for the 2016-2020 period. This research is a quantitative research with a descriptive approach. The population in this study is the realization and target of Lamongan Regency's Original Revenue Revenue during 2016-2020 and the sample is the data target and realization of Lamongan Regency's advertising tax revenue in 2016-2020 data collection method using secondary data. The results of the study, the level of effectiveness of the Lamongan Regency advertisement tax as a whole is seen from an annual average of 87.87% and includes quite effective criteria. The highest effectiveness occurred in 2019 which was 100.60%. The amount of the contribution of the advertisement tax in increasing the PAD of Lamongan Regency is less contributing. The highest advertisement tax contribution occurred in 2018 which was 2.09%. and has an average contribution value of 1.92%.

Keywords: Advertising Tax Effectiveness, Advertising Tax Contribution, Original Revenue

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara kesatuan yang menerapkan asas desentralisasi, dengan memberikan kesempatan kepada daerah untuk menyelenggarakan otonomi daerah. Otonomi daerah merupakan bagian dari penyelenggaraan Pemerintah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pelaksanaan otonomi daerah dimulai dengan penyerahan sejumlah kewenangan dari Pemerintah Pusat ke pemerintah Daerah yang bersangkutan. Penyerahan ke berbagai kewenangan dalam rangka desentralisasi memerlukan banyak faktor pendukung, salah satunya faktor yang menentukan keberhasilan pelaksanaan otonomi daerah adalah kemampuan daerah untuk membiayai pelaksanaan/kewenangan yang dimiliki. Sumber keuangan daerah dalam pelaksanaan desentralisasi terdiri dari Pendapatan Daerah dan Pembiayaan Daerah. Sumber keuangan daerah yang bersumber dari pendapatan daerah diantaranya yaitu Pendapatan Asli Daerah (PAD), dana perimbangan dan lain-lain pendapatan Sumber keuangan daerah yang fundamental, dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah adalah Pendapatan asli daerah (PAD) adalah salah satu sumber pendanaan bagi daerah Kabupaten/Kota dengan salah satu komponennya adalah pajak daerah.

Pajak Daerah di Indonesia berdasarkan Undang-Undang No. 34 Tahun 2000 terbagi menjadi dua, yaitu Pajak Provinsi dan Pajak Kabupaten/Kota. Pembagian ini dilakukan sesuai dengan kewenangan pengenaan dan pemungutan masing-masing jenis Pajak Daerah pada wilayah administrasi Provinsi atau Kabupaten/Kota yang bersangkutan. Sebelum diberlakukannya Undang-Undang No. 34 Tahun 2000, ditetapkan Undang-Undang No.18 Tahun 1997 yang menyatakan bahwa Pajak Daerah dan Retribusi Daerah merupakan sumber pendapatan Daerah yang penting guna membiayai penyelenggaraan Pemerintah Daerah dan pembangunan Daerah untuk memantapkan otonomi Daerah yang nyata, dinamis, serasi, dan bertanggung jawab dengan titik berat pada Daerah Tingkat II.

Banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang pajak reklame, sehingga cenderung mengabaikan pajak reklame tersebut. Dalam hal ini, bahwa tidak semua wajib pajak mengetahui tentang kewajiban dalam membayar pajak reklame pada Pemerintah Daerah. Dan pajak reklame sendiri menjadi sumber pendapatan kabupaten lamongan yang ketentuan pemungutannya telah ditetapkan dalam Undang-undang pajak dan retribusi Daerah, menurut Pasal 1 ayat 27 UU PDRD adalah sebagai benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan memperkenalkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dan dibaca oleh umum. Pasalnya dalam peraturan Bupati lamongan nomor 40 tahun 2019 tentang penjabaran Perubahan Anggaran Pendapatan dan Belanja daerah kabupaeten lamongan Tahun Anggaran 2019, dimana Pendapatan Asli Daerah (PAD) memiliki rata-rata tarif sewa sejenis reklame papan atau bill board berkisar Rp. 45 juta sampai Rp. 50 juta tergantung besar dan kecilnya reklame yang disewa. (Nadilah Oktafiani Mustaqorina, 2021). System pemungutan Pajak Reklame dinilai kurang efisien karena masih banyak Wajib Pajak yang tidak membayarkan tanggungan Pajak. Faktor penghambat tersebut, dapat diketahui bahwa masih banyak yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah dengan dukungan masyarakat setempat dalam menggalakan Wajib Pajak Reklame. Sehingga hambatan-hambatan tersebut dapat diminimalisir dan menjadikan kenaikan terhadap Penghasilan Pajak Reklame. Karena semakin banyak Pajak Reklame yang diperoleh Pemerintah Daerah, maka semakin besar pula PAD (Pendapatan Asli Daerah) yang bersangkutan. Berdasarkan uraian diatas penelitian ini akan dilakukan di Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) kabupaten Lamongan dengan mempertimbangkan bahwa di Kabupaten Lamongan terdapat Pajak Reklame yang bisa membantu bertambahnya pendapatan asli daerah yang dalam penerimaannya sudah efektif atau belum.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana tingkat efektivitas Pajak reklame terhadap Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan pada tahun 2016-2020 ?
2. Bagaimana tingkat kontribusi Pajak reklame terhadap Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan pada tahun 2016-2020?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengukuran eektivitas pajak reklame pada penerimaan pendapatan asli daerah Kabupaten Lamongan pada tahun 2016-2020.
2. Untuk mengetahui pengukuran kontribusi pajak reklame pada penerimaan pendapatan asli daerah Kabupaten Lamongan pada tahun 2016-2020.

MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai efektivitas penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Lamongan dari Tahun 2016-2020.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memeberikan manfaat dan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan masalah efektivitas penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Lamongan. Selanjutnya program pemecahan masalah penerimaan Pajak reklame di Kabupaten Lamongan dari Tahun 2016-2020.

BATASAN MASALAH

1. Membahas pengaruh Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan
 2. Membahas mengenai perpajakan yang berfokus pada Pajak Reklame di Kabupaten Lamongan.
 3. Membahas tentang Pendapatan Daerah Kabupaten Lamongan pada sektor Pajak Reklame.
-

KAJIAN TEORI

Pajak. Pengertian Pajak menurut Soemitro dalam Resmi (2014:1), pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Menurut Djajadiningrat dalam Resmi (2014:1), pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas Negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari Negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan umum. Menurut Smeets dalam buku Diana Sari (2013:34), Pajak adalah prestasi-prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum yang ditetapkannya dan dapat juga dipaksakan tanpa adanya berbagai kontraprestasi terhadapnya, yang dapat ditunjukkan dalam hal-hal khusus (individual), dimaksudkan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran Negara.

Pendapatan Daerah. Pendapatan asli daerah (PAD) merupakan penerimaan yang diperoleh dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri, semakin tinggi peranan PAD dalam struktur keuangan daerah, maka semakin tinggi pula kemampuan keuangan yang dimiliki oleh daerah untuk melaksanakan kegiatan pembangunan daerahnya (Carunia, 2017:119). Banyak cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah agar mendekati atau bahkan sama dengan penerimaan potensialnya, namun secara umum ada dua cara untuk mengupayakan peningkatan PAD sehingga maksimal, yaitu dengan cara intensifikasi dan ekstensifikasi. Wujud dari intensifikasi adalah untuk retribusi yaitu menghitung potensi seakurat seakurat mungkin maka target penerimaan bisa mendekati potensinya, sedangkan cara ekstensifikasi dilakukan dengan mengadakan penggalan sumber-sumber objek pajak atau menjangkau wajib pajak baru (Carunia, 2017:30). Setiap daerah memiliki wewenang dan kewajiban untuk menggali sumber-sumber keuangannya sendiri dengan melakukan segala upaya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), dengan demikian pemerintah daerah dapat melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan yang semakin mantap demi kesejahteraan masyarakatnya. Jadi dapat disimpulkan Pendapatan daerah merupakan suatu penerimaan daerah yang berasal dari sumber-sumber wilayahnya sendiri berdasarkan peraturan perundang undangan yang berlaku.

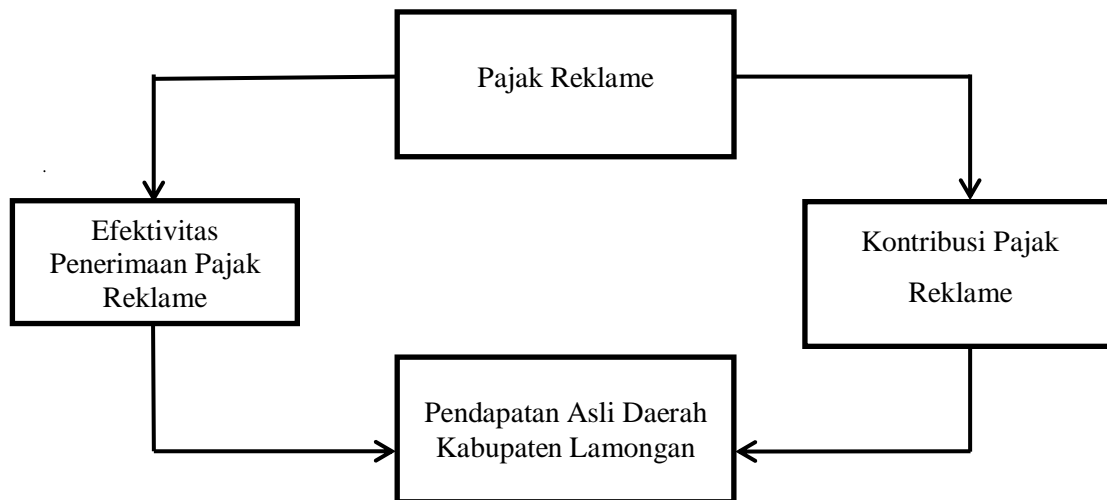
Efektivitas. Menurut Mardiasmo (2017:134) Efektivitas merupakan ukuran berhasil tidaknya mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Maka indikator efektivitas menggambarkan jangkauan akibat dan dampak (*outcome*) dari keluaran (*output*) program dalam mencapai tujuan atau sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi. Menurut Beni (2016:69) Efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan atau dapat juga dikatakan merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan dan prosedur dari organisasi Efektivitas juga berhubungan dengan derajat keberhasilan suatu operasi pada sektor publik sehingga suatu kegiatan dikatakan efektif jika kegiatan tersebut mempunyai pengaruh besar terhadap kemampuan menyediakan pelayanan masyarakat yang merupakan sasaran yang telah ditentukan.

Kontribusi. Dengan kontribusi berarti individu tersebut juga berusaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas hidupnya. Hal ini dilakukan dengan cara menajamkan posisi perannya, sesuatu yang kemudian menjadi bidang spesialis, agar lebih tepat sesuai dengan kompetensi. Kontribusi dapat diberikan dalam berbagai bidang yaitu pemikiran, kepemimpinan, profesionalisme, finansial, dan lainnya. (Hira, 2012:88). Menurut Beni (2016:131) dalam kenyataan selama ini kabupaten selalu menargetkan besarnya penerimaan daerah yang hanya menyebabkan realisasi penerimaan tampak selalu diatas target yang menggambarkan pengelolaan keuangan daerah yang menjadi efektif untuk

mengukur kemampuan daerah untuk mengelola keuangan untuk pencapaian kinerja pemerintah dalam kontribusi pendapatan yang dikelola oleh pemerintah. Kontribusi merupakan nilai sumbangan atau perbandingan antara realisasi pajak reklame dibandingkan dengan pajak daerah. Kontribusi mengukur seberapa besar persentase (%) nilai realisasi pajak reklame terhadap pajak daerah.

KERANGKA PIKIR PENELITIAN

Kerangka berpikir dapat ditafsirkan sebagai model konseptual untuk bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2011). Kerangka pikir yang menjadi garis besar penelitian ini adalah mengetahui efektivitas penerimaan dan kontribusi Pajak reklame terhadap pendapatan asli Daerah kabupaten Lamongan. Penelitian ini ingin menganalisis Efektivitas penerimaan Pajak Reklame dan Kontribusi Pajak Reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan, kerangka pikir pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Deskriptif dengan pendekatan Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang digunakan sebagai prosedur pemecah masalah yang diteliti, dalam hal ini adalah Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan. Penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, yang digunakan untuk peneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat Deskriptif Kuantitatif (Sugiono, 2017). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:80). Populasi pada penelitian ini yaitu data Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Nonprobability sampling* jenis *Total sampling*. Sugiyono (2014) *Total sampling* adalah teknik penarikan sampel yang dilakukan dengan mengambil seluruh

populasi penelitian sebagai sampel penelitian. Oleh karena itu, sampel dipilih menggunakan total sampling dikarenakan wilayah populasi jumlahnya kurang dari 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

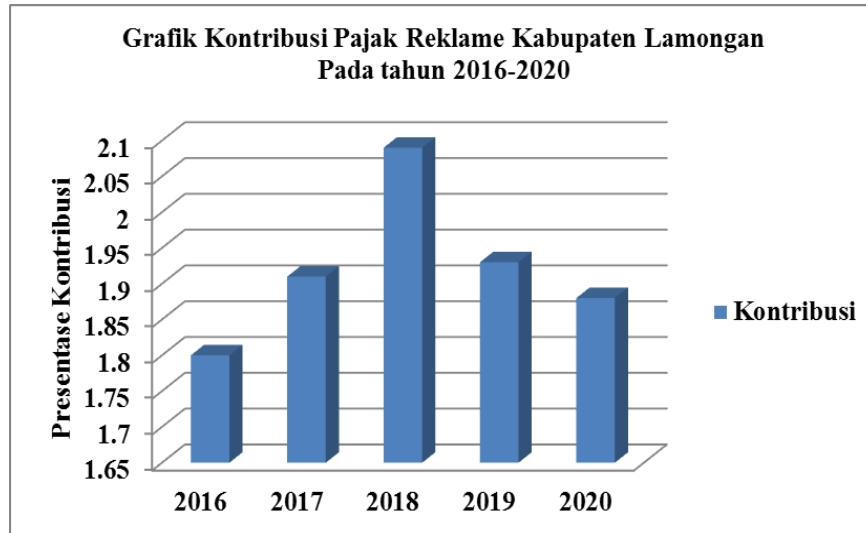
Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa tingkat efektivitas pajak reklame di kabupaten lamongan termasuk kategori cukup efektif. Hal ini dapat dilihat pada gambar grafik dibawah ini.



Gambar 2
Grafik Efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Lamongan Tahun 2016-2020

Efektivitas pajak reklame tertinggi pada tahun 2019 yaitu sebesar 100,60%. Sedangkan efektivitas pajak reklame terendah pada tahun 2016 yaitu sebesar 72,98%. Sesuai dengan standar yang telah ditetapkan hasil efektivitas rata-rata per tahun sebesar 87,87%. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kabupaten Lamongan dalam memungut pajak reklame mengalami naik turun karena Efektivitas pajak reklame tertinggi pada tahun 2019 yaitu sebesar 100,60% dengan realisasi pajak reklame senilai Rp 2.800.690.184. Efektivitas pajak reklame terendah pada tahun 2016 yaitu sebesar 72,98% dengan realisasi pajak reklame senilai Rp 2.068.117.064. Sesuai dengan standar yang telah ditetapkan menunjukkan hasil efektivitas per tahun rata-rata (*Mean*) yaitu 87,87% dengan realisasi pajak reklame rata-rata senilai Rp 2.560.200.083 dan nilai tengah setelah diurutkan (*Median*) sebesar 85,23% dengan realisasi pajak reklame rata-rata senilai Rp. 2.701.003.959. Hal ini dikarenakan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Lamongan belum mencapai Penerimaan Pajak Reklame, karena hasil dari efektivitas rata-rata per tahun belum sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Untuk meningkatkan realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Lamongan maka Pemerintah Daerah harus meningkatkan penerapan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah, tentang Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame. Pemerintah diharapkan bertindak dengan tegas sehingga wajib pajak yang telah memasang reklame tersebut mematuhi peraturan yang ada.

Kontribusi Pajak Reklame Kabupaten Lamongan pada Pendapatan Asli Daerah termasuk kriteria masih sangat kurang berkontribusi pada pendapatan asli daerah Kabupaten Lamongan. Seperti tergambar dalam grafik dibawah ini:



Gambar 3
**Grafik Kontribusi Pajak Reklame Kabupaten Lamongan
Tahun 2016-2020**

Kontribusi pajak reklame tertinggi pada tahun 2018 yaitu sebesar 2.09%. sedangkan kontribusi pajak reklame terendah pada Tahun 2016 yaitu sebesar 1.80%. Dan memiliki rata-rata kontribusi sebesar 1.92%. Dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Lamongan kurang berkontribusi dalam memungut pajak reklame. Hal ini disebabkan karena tingkat pengetahuan Wajib Pajak Reklame yang masih rendah, tingkat kesadaran Wajib Pajak Reklame masih kurang, kurang aktifnya petugas pendataan dan penagihan yang berhubungan langsung dengan Pajak Reklame, dan kurangnya tenaga Sumber Daya Manusia (SDM) untuk melakukan pemantauan lapangan.

IMPLIKASI HASIL PENELITIAN

Implikasi hasil penelitian ini merupakan konsekuensi logis dari pemahaman Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah. Implikasi dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis.

Implikasi Teoritis

1. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa efektivitas pajak reklame di Kabupaten Lamongan dikatakan cukup efektif. Oleh karena itu, pemerintah daerah Kabupaten Lamongan harus meningkatkan Peraturan Daerah No 10 tahun 2010 tentang perubahan Peraturan Daerah No 12 Tahun 2010 dengan melakukan upaya untuk memaksimalkan pajak reklame dengan cara sosialisasi kepada wajib pajak mengenai prosedur pembayaran pajak reklame dan perizinan pemasangan pajak reklame dengan benar.
2. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa kontribusi pajak reklame di Kabupaten Lamongan dikatakan belum berkontribusi. Hal ini perlu dilakukan kajian kepada wajib pajak agar paham terhadap pembayaran pajak reklame.

3. Dari indikator-indikator penelitian dapat diketahui bahwa efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. Sehingga Wajib Pajak dapat melakukan tanggung jawab dalam mematuhi pembayaran pajak tepat waktu.

Implikasi Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi Badan pendapatan Daerah Kabupaten Lamongan dalam merumuskan suatu kebijakan yang berkaitan dengan upaya peningkatan Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan.
2. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa, pendapatan asli daerah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang telah dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai factor-faktor yang belum dibahas dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai efektivitas dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas pajak reklame di Kabupaten Lamongan secara keseluruhan termasuk kriteria yang cukup efektif. Sesuai dengan standar yang telah ditetapkan menunjukkan hasil efektifitas pajak reklame per tahun rata-rata yaitu 87,87% dengan realisasi sebesar Rp 2.560.200.083. Dikatakan cukup efektif dikarenakan penerimaan pajak reklame masih jauh dibawah target, dan target yang dicapai terlalu tinggi dari tahun sebelumnya sehingga perhitungan tersebut mendapatkan hasil antara 60% hingga 80%.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame dalam meningkatkan PAD kabupaten lamongan kurang berkontribusi. Sesuai dengan standar yang telah ditetapkan menunjukkan hasil kontribusi pajak reklame per tahun rata-rata yaitu 1,92% dengan nilai realisasi sebesar Rp 133.046.465.78. Dikatakan kurang berkontribusi dikarenakan realisasi penerimaan pajak reklame masih jauh dibawah realisasi Pendapatan Asli Daerah. Realisasi Pendapatan Asli Daerah yang dicapai terlalu tinggi sehingga perhitungannya tidak seimbang. Dan perhitungannya tersebut mendapatkan hasil antara 0,00 hingga 10,00%.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Lamongan disarankan untuk meningkatkan sosialisasi terhadap wajib pajak, meningkatkan sistem pemungutan dan pengawasan kepada wajib pajak yang tidak mentaati peraturan pemasangan reklame yang sudah ditetapkan.
2. Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Lamongan diharapkan terus meningkatkan kinerja agar pemungutan pajak reklame terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan efektif dalam penagihannya.
3. Untuk menindak lanjuti masalah pelanggaran pajak, perlu adanya peraturan yang memuat tentang sanksi yang tegas terhadap pelanggaran pajak agar wajib pajak yang melakukan pelanggaran pajak mendapat efek jera dari perbuatan yang dilakukannya.

DAFTAR PUSTAKA

- A., Morissan M., dkk. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Anne Ahira, *Terminologi Kosa Kata*, Jakarta: Aksara, 2012.
- Aprillitawati, D. (2014). *Analisis Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Mojokerto*.
- Beni Pekei (2016) *Konsep dan Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah di Era Otonomi*. Buku 1. Jakarta Pusat : Taushia
- Diana, Sari. (2013). *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung : PT.Refika Aditama.
- Galih Wicaksono, Yeni Puspita, (2013) *Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Banyuwangi*
- Guluadi. (2011). *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. <http://guluadi.blogspot.com/2011/06/penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif.html>
- Herdiansyah, H.M. (2013). *Wawancara Observasi dan Fokus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Presada.
- Mardiasmo (2016), *Perpajakan Edisi Terbaru 2016*, Andi: Bandung.
- Mardiasmo (2017), *Perpajakan Edisi Terbaru 2017*, Andi: Bandung.
- Menteri Dalam Negeri Nomor 59 tahun 2007.
- Pengelolaan Keuangan Daerah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan
Peraturan pemerintah No 58 Tahun 2005 Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah
Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 tahun 2006, Tentang Pedoman
Peraturan Daerah Kabupaten Lamongan Nomor 12 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah
- Puguh Sugiono, (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, Jakarta: Permata Puri Media
- Revy Safitri1, Desy Yofianti, (2020) *Potensi Retribusi Reklame Kawasan Plaza Pangkalpinang – Bangka Trade Center terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Pangkalpinang*
- Rizkiano, A (2011). *Pengukuran Tingkat Kemampuan Keuangan Daerah dalam Mendukung Pelaksanaan Otonomi Daerah periode 2004-2008 di Salatiga*. Universitas Diponegoro: Semarang
- Soemitro, Rochmat, 2010, *Dan Dasar Perpajakan 1*, Refika, Bandung.
- Veronika Militia Tulandi, Harijanto Sabijono, Sientje Rondonuwu, (2018) *Analisis Efektivitas Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Kota Mobagu*,
- Woryandari, Anita Wijayanti, Yuli Chomsatu, (2015) *Analisis Efektivitas Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sukoharjo*.

