

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 12, Desember 2023, Halaman 137-142
 Licenced by CC BY-SA 4.0
 E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.10429029)
 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10429029>

Analisis Penerimaan Pajak Reklame Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus Badan Pendapatan Daerah Kota Medan)

Raihan Adha Rahman Pohan¹, Nuri Aslami²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
 E-mail : raihanpohan78@gmail.com¹, nuriaslami@uinsu.ac.id²

Abstrak

Penelitian di Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis nilai realisasi penerimaan pajak reklame dengan tujuan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Fokus penelitian mencakup alasan apakah tercapainya target penerimaan pajak reklame, rendahnya kepatuhan dan dampak peraturan baru yang membebani pengusaha reklame. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan analisis data survei tahun 2020-2022, dan perbandingan dengan teori-teori terkait. Penelitian menunjukkan kontribusi penerimaan pajak reklame yang meningkat, hal ini terjadi karena beberapa faktor, termasuk ketidakefektifan penegakan dan pengawasan, kesadaran rendah pengusaha reklame, dan masalah pelaporan pajak yang belum optimal.

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

Abstract

The research conducted at the Regional Tax and Retribution Management Agency of Medan City aims to identify and analyze the realization value of advertising tax revenue with the goal of enhancing Local Own-Source Revenue (PAD). The research focuses on reasons behind achieving the advertising tax revenue target, low compliance, and the impact of new regulations imposing burdens on advertising entrepreneurs. The research employs a descriptive approach, analyzes survey data from 2020 to 2022, and compares findings with relevant theories. The study reveals an increased contribution to advertising tax revenue, attributed to factors such as suboptimal enforcement and supervision, low awareness among advertising entrepreneurs, and issues with sub optimal tax reporting.

Keywords : *Advertising Tax, Local Revenue, Realization*

Article Info

Received date: 30 November 2023

Revised date: 12 December 2023

Accepted date: 22 December 2023

PENDAHULUAN

Saat ini, Indonesia sebagai negara berkembang sedang aktif dalam pelaksanaan pembangunan lintas sektor, termasuk ekonomi, sosial, politik, hukum, dan pendidikan. Inisiatif ini bertujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat dan memajukan kehidupan bangsa secara adil dan sejahtera. Untuk mendukung pembiayaan proyek-proyek pembangunan, pemerintah perlu memfokuskan upaya pada optimalisasi potensi pendapatan domestik, termasuk di antaranya melalui sektor pajak. Menurut Prof. DR. Rochmat Soemitro SH. (2012:1), "Pajak adalah iuran rakyat kepada Kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapatkan jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk Membayar pengeluaran umum."

Penerimaan pajak memiliki peranan penting dalam mendukung keberlanjutan dan pengembangan suatu daerah. Salah satu sektor yang menjadi penyalur potensial penerimaan adalah pajak reklame. Dengan pertumbuhan kota yang pesat dan perubahan dinamika ekonomi, penting untuk memahami dan menganalisis mekanisme penerimaan pajak reklame serta potensinya dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Badan Pendapatan Daerah Kota Medan sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas pengelolaan pajak dan retribusi memiliki tugas mengurus

penerimaan pendapatan daerah dari sektor pajak, Termasuk pajak-pajak pada hotel, restoran, hiburan, reklame, penerangan jalan, pengambilan bahan galian golongan C, dan parkir. Sumber utama pendapatan, yang berasal dari sumber daya yang tersedia ini, secara utama terkait dengan pajak reklame. Tidak diragukan lagi, pajak reklame memegang posisi penting dalam pendapatan daerah, mengingat kontribusinya yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Secara khusus, pajak reklame menempati posisi kelima sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar, setelah Pajak Hiburan, Pajak Air bawah Tanah, Pajak Penerangan Jalan, dan Pajak Sarang Burung Walet, yang semuanya mengalami peningkatan tiap tahun. Dari penerimaan pajak reklame, tentu besar harapan dapat memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan. Pemberlakuan pajak reklame dianggap sebagai tindakan yang wajar, mengingat definisi reklame menurut Peraturan Daerah Kota Medan No. 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame. Ini mencakup segala bentuk benda, alat, perbuatan, atau media yang dirancang dengan bentuk serta corak tertentu untuk tujuan komersial dalam memperkenalkan, , membuat promosi, atau mencari perhatian orang banyak terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh masyarakat umum.

Pendapatan asli daerah memainkan peran krusial dalam mendukung pembangunan dan pelayanan publik di suatu wilayah. Dalam konteks ini, pajak reklame menjadi salah satu sumber potensial yang dapat signifikan dalam menggenapi pendapatan asli daerah. Pajak reklame bukan hanya sebuah instrumen fiskal, tetapi juga mencerminkan interaksi antara pemerintah daerah dan sektor bisnis. Oleh karena itu, analisis penerimaan pajak reklame menjadi esensial untuk memahami dampaknya terhadap peningkatan pendapatan asli daerah

Fokus kajian ini tertuju pada Badan Pendapatan Daerah Kota Medan, pemerintahan yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan daerah. Analisis mendalam terhadap penerimaan pajak reklame di wilayah ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat dalam mengoptimalkan kontribusi sektor reklame terhadap pendapatan asli daerah. Melalui pemahaman yang lebih baik terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame, dapat diidentifikasi strategi yang tepat untuk meningkatkan pendapatan daerah secara berkelanjutan. Penelitian ini akan menggali data dan informasi terkait kebijakan pajak reklame, tren penerimaan, serta faktor-faktor eksternal dan internal yang memengaruhi implementasinya. Dengan demikian, diharapkan temuan dari analisis ini dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Medan guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengumpulan pajak reklame demi pertumbuhan pendapatan asli daerah yang berkesinambungan.

TINJAUAN LITERATUR

Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah penerimaan yang didapatkan suatu wilayah Lewat sumber daya yang terdapat di wilayah itu sendiri, yang dikumpulkan berdasarkan dengan Undang-Undang atau Peraturan Daerah yang berlaku dan telah diatur di Indonesia. Pasal 1 nomor 18 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 mengenai Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah menegaskan bahwa PAD merupakan pemasukan yang diperoleh oleh daerah dan dipungut sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku. Sesuai dengan pasal 6 Undang-Undang Perimbangan Keuangan antara Pemerintahan Pusat dan Daerah, PAD dapat dihasilkan melalui Kekayaan yang berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, dan pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan. Harapannya, sumber-sumber pemasukan tersebut bisa digunakan untuk membiayai penyelenggaraan dan pembangunan guna membuat peningkatan serta meratakan kesejahteraan rakyat.

Pendapatan Asli Daerah diterima dari berbagai sumber pemasukan, termasuk pajak daerah, retribusi daerah, dan laba perusahaan yang ada di daerah. Selain itu, terdapat pemasukan lain di luar pajak dan retribusi daerah. Saat membahas Pendapatan Asli Daerah (PAD), fokus utamanya adalah dari sumber-sumber seperti pajak daerah, retribusi daerah, hasil dari Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), dan pendapatan daerah yang sah. Pajak daerah sendiri terdiri dari 2 jenis, yaitu pajak provinsi dan pajak kota/Kabupaten. Pemerintah daerah perlu memiliki kemampuan yang baik dalam mengidentifikasi dan mengelola berbagai sumber pendapatan mereka.

Dasar pemungutan pendapatan asli daerah menurut para ahli meliputi beberapa aspek penting, seperti Pemungutan pajak daerah, pemungutan ini dilakukan mengacu pada peraturan daerah sejalan

dengan peraturan perundang-undangan. Langkah-langkahnya mencakup penetapan jenis pajak, besaran tarif, objek pajak, kewajiban wajib pajak, dan prosedur pemungutan, Pemungutan retribusi daerah Pemungutan retribusi daerah juga mengikuti peraturan daerah dan perundang-undangan. Langkah-langkahnya mencakup penetapan besarnya retribusi, objek retribusi, subjek retribusi, serta tata cara dan prosedur pemungutan, Pemungutan pendapatan lain yang sah, selain pajak dan retribusi, terdapat pendapatan lain yang sah, seperti hibah, dana darurat, dan lain-lain Pendapatan Daerah lainnya yang sah. Tata cara pemungutannya juga ditentukan dalam peraturan daerah dan perundang-undangan.

Karena Semakin besar penerimaan yang diperoleh, akan semakin menguntungkan untuk kemajuan suatu daerah. Penerimaan yang signifikan dapat membuat daerah tersebut menjadi mandiri dan tidak lagi tergantung pada bantuan pusat. Tingkat Pendapatan Asli Daerah memperlihatkan sejauh mana daerah tersebut mandiri. Semakin besar Pendapatan Asli Daerah, maka tingkat kemandiriannya pun semakin meningkat. Maka oleh sebab itu, Pemerintah Daerah perlu maksimal dalam mengelola sumber pendapatan daerah dari Pendapatan Asli Daerah. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan penerimaan PAD yang sudah ada dan mencari sumber PAD baru sesuai dengan peraturan, serta mempertimbangkan keadaan dan peluang ekonomi masyarakat.

Dasar-dasar Perpajakan

Pajak mempunyai arti sebagai pemungutan wajib, baik dalam bentuk mata uang maupun benda, yang dikenakan dari badan pemerintahan sesuai dengan norma hukum, Tujuan dari pembayaran ini adalah untuk mendukung pengeluaran yang terkait dengan produksi barang dan secara bersama-sama meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Mardiasmo (2013) menyatakan bahwa “Pajak adalah pembayaran yang wajib Dilakukan oleh rakyat kepada kas negara sesuai dengan ketentuan undang-undang, tanpa adanya imbalan atau jasa timbal yang langsung dapat diidentifikasi, dan dana tersebut Digunakan untuk membiayai pengeluaran umum”.

Secara keseluruhan, pajak memegang peran penting sebagai instrumen kebijakan ekonomi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Terdapat beberapa kegunaan utama pajak, yaitu sebagai sumber pendanaan pemerintah (fungsi anggaran) dan sebagai alat regulasi kebijakan untuk mengatur berbagai aspek sosial maupun ekonomi.

Di Indonesia, jenis-jenis pajak dapat dikategorikan berdasarkan sejumlah kriteria, termasuk jenisnya, sifatnya, dan lembaga yang mengumpulkannya. Jenis pajak dapat dibedakan menjadi langsung dan tidak langsung, berdasarkan subjek atau objeknya, dan tergantung pada apakah pajak tersebut dikumpulkan oleh pemerintah pusat atau daerah.

pemungutan pajak seharusnya merujuk pada konsep-konsep yang menjelaskan legalitas negara dalam pengutipan pajak, seperti teori asuransi, teori kepentingan, dan teori daya pikul. Selain itu, pemungutan pajak juga perlu memenuhi kriteria tertentu, termasuk keadilan, kepatuhan hukum, tidak merugikan perekonomian, efisiensi finansial, dan kesederhanaan dalam sistem pengumpulan. Sistem pengutipan pajak di Indonesia, baik pada tingkat pusat maupun daerah, menganut beberapa sistem seperti *Official Assessment System*, *Self Assessment System*, dan *Withholding System*.

Pajak Daerah

Pajak adalah pembayaran wajib kepada pemerintah yang dikenakan pada wajib pajak sesuai dengan hukum dan aturan yang dibuat, tanpa menerima penggantian langsung. Dengan fungsi utamanya adalah untuk mendanai pengeluaran umum yang terkait dengan tanggung jawab negara dalam pemerintahan. Pajak merupakan kontribusi keuangan wajib dari individu atau entitas kepada pemerintah, diwajibkan tanpa adanya timbal balik secara langsung, dan difungsikan untuk kebutuhan negara demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Otoritas lokal mengumpulkan berbagai jenis pajak di tingkat provinsi dan kabupaten/kota, termasuk pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, dan pajak parkir.

Pajak Reklame

Menurut Prakosa (2003:125), pajak reklame didefinisikan sebagai pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame mencakup benda, alat, perbuatan, atau media yang dirancang dalam berbagai bentuk dan gaya dengan tujuan komersial. Tujuan mereka adalah untuk memperkenalkan, mendukung, atau memasarkan barang, jasa, atau individu dan menarik perhatian publik pada barang, jasa, atau individu yang ditempatkan atau dapat terlihat, dibaca, dan/atau didengar oleh publik dari suatu lokasi, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Sesuai dengan undang-undang Republik

Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang dirancang dalam berbagai bentuk dan corak untuk tujuan komersial memperkenalkan, mendukung, mempromosikan, atau menarik perhatian publik pada barang, jasa, individu, atau entitas yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh publik.

Dalam pajak reklame, tidak semua bentuk iklan dikenai pajak. Terdapat beberapa yang tidak dianggap sebagai obyek pajak reklame, termasuk:

1. Iklan yang diselenggarakan melalui internet, televisi, surat kabar, majalah bulanan, serta platform sejenis.
2. Label/merk yang menempel pada produk dagangan, yang mempunyai fungsi untuk membedakan dari jenis produk lainnya.
3. Identifikasi usaha atau pekerjaan yang dibuat pada unit lokasi usaha dan Pekerjaan dilaksanakan, sejalan dengan regulasi yang membuat aturan identifikasi tersebut.
4. Iklan yang dibuat oleh pemerintah pusat atau daerah.
5. Bentuk iklan lain yang ditentukan oleh peraturan daerah, seperti yang dibuat hanya diperuntukkan pada kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, atau politik tanpa sponsor.

Sedangkan Subyek pajak reklame adalah individu yang mempergunakan reklame, sementara wajib pajak reklame yaitu individu yang mengatur penyelenggaraan reklame. Sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Medan No.11 Tahun 2011 mengenai Pajak Reklame, subyek pajak reklame mencakup individu atau entitas yang menggunakan reklame, sedangkan wajib pajak reklame terdiri dari individu atau entitas yang mengorganisir penyelenggaraan reklame. Ketika reklame diatur langsung oleh individu atau entitas, mereka menjadi wajib pajak reklame. Tetapi, jika penyelenggaraan reklame dilakukan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut yang menjadi wajib pajak reklame.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif yang mana dibutuhkan perhitungan kontribusi dari penerimaan pajak Reklame terhadap pendapatan asli daerah. Sumber data yang dipakai yaitu data primer yang mana memerlukan wawancara dokumentasi dan data sekunder berupa laporan pencapaian penerimaan pajak reklame dan pajak Reklame, pencapaian pemasukan pendapatan asli daerah.

HASIL

Selama sebulan menjalani magang di Badan Pendapatan Daerah Kota Medan, pada periode 17 Januari - 18 Februari 2023, peneliti menemukan permasalahan utama terkait pengelolaan pajak, terutama pada bagian pajak reklame yaitu kurang optimal nya pengelolaan pajak khususnya bagian pajak reklame dikarenakan beberapa aspek, hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dari pegawai Bapenda dan masih seringnya kasus keterlambatan pembayaran pajak oleh Wajib Pajak.

Maka dari itu, untuk mengatasi masalah tersebut, peneliti menyarankan solusi dengan melakukan sosialisasi agar pemungutan pajak reklame dapat berjalan lancar. Sosialisasi diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan dukungan masyarakat serta dunia usaha sebagai Wajib Pajak terhadap tujuan dan peruntukan pajak reklame. Selain itu, peneliti menyarankan agar setiap Wajib Pajak yang terlambat membayar pajak dapat langsung membayarnya ke kantor pajak reklame atau tempat yang ditunjuk, dengan memberikan tanda bukti lunas. Untuk kasus keterlambatan pembayaran atau tunggakan, petugas Bapenda diharapkan melakukan kunjungan ke kantor atau rumah Wajib Pajak yang terdaftar untuk melakukan pemungutan pajak reklame.

PEMBAHASAN

Untuk melihat seberapa optimal peran pajak reklame kota Medan terhadap pendapatan asli daerah, diperlukan Kriteria untuk menentukan naik atau tidaknya pajak Reklame guna membuat peningkatan Pendapatan asli daerah yaitu dengan melakukan hasil dari perhitungan menggunakan rumus kontribusi, dihitung Setiap tahun. Jika semakin tinggi dari tahun sebelumnya berarti mengalami peningkatan terhadap PAD. Berikut adalah rumus kontribusinya:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Penerimaan Pajak Reklame}}{\text{Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD)}} \times 100\%$$

Berdasarkan analisis data yang sudah diteliti dan dibuat oleh peneliti, maka dari hasil analisis data mempunyai petunjuk bahwa pada tahun 2020-2022 peran pemasukan pajak Reklame terhadap pendapatan asli daerah Kota Medan sudah mengalami Kenaikan. Kenaikan pendapatan tersebut tertera di tabel di bawah ini :

Tabel 1. Realisasi Pendapatan Pajak Reklame

Tahun	Realisasi penerimaan pajak Reklame	Realisasi pendapatan Asli Daerah	Kontribusi
2020	Rp. 20.128.387.583	Rp. 1.509.486.973.324	1,33%
2021	Rp. 45.449.943.526	Rp. 1.906.508.840.907	2,38%
2022	Rp. 76.850.000.000	Rp. 2.230.559.209.177	3,44%
	Rata rata		2,38%

Sumber : Bapenda dan BPKAD Kota Medan

Dengan merujuk pada hasil perhitungan terkait dampak kontribusi terhadap pencapaian realisasi penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Medan, dapat dipaparkan bahwa penerimaan Pajak Reklame dapat dikatakan cukup mampu untuk berkontribusi dalam meningkatkan Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan dengan uraian yang terjadi pada tahun 2020 yaitu persentase yang dihasilkan setinggi 1,33% dengan penerimaan pajak Reklame Rp.20.128.387.583,00 terhadap pendapatan asli daerah sebesar Rp.1.509.486.973.324. Pada tahun 2021 mendapatkan peningkatan persentase yaitu sebesar 2,38% dengan penerimaan Pajak Reklame sebesar Rp.45.449.943.526,00 terhadap pendapatan asli daerah sebesar Rp.1.906.508.840.907.

Di tahun 2022 penyajian yang dihasilkan juga mengalami kenaikan sebanyak 3,44%. Dan Penerimaan pajak Reklame yang dihasilkan sebanyak Rp. 76.850.000.000 terhadap pendapatan Asli daerah sebanyak Rp. 2.230.559.209.177. Peningkatan tersebut terjadi karena Personil Bapenda melakukan survey dan turun langsung ke lapangan dengan mencari potensi baru untuk wajib pajak Reklame, serta pihak petugas Bapenda turun langsung untuk menagih pajak kepada wajib pajak yang sudah jatuh tempo selain itu, faktor lainnya adalah dibuatnya sosialisasi tentang pentingnya membayar pajak tepat waktu agar wajib Pajak Reklame membayarkan kewajibannya tepat waktu. Langkah yang dibuat oleh Badan Pendapatan Daerah bertujuan guna membuat peningkatan daripada pendapatan dari pajak reklame, sehingga berperan untuk peningkatan pendapatan daerah Kota Medan. Langkah-langkah ini mencakup:

1. Memperbaiki efisiensi serta standar pelayanan di Badan Pendapatan Daerah serta Kantor Pelayanan Terpadu dan Investasi Kota Medan. Peningkatan ini dirancang untuk mencapai target pajak reklame, sehingga dapat berkontribusi pada pendapatan daerah Kota Medan.
2. Memperkuat SDM di dalam Badan Pendapatan Daerah serta Kantor Pelayanan Terpadu dan Investasi Kota Medan. Dengan cara memperbanyak SDM, kinerja keseluruhan di berbagai departemen dapat ditingkatkan, menyesuaikan dengan tujuan yang telah diatur, terutama yang terkait dengan pajak reklame.

SIMPULAN

Dengan merujuk pada hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilaksanakan tentang kontribusi Pajak Reklame terhadap peningkatan pendapatan asli daerah kota Medan periode 2020-2022 secara umum dapat diambil kesimpulan bahwa:

Peran penerimaan pajak Reklame secara keseluruhan mempunyai pengaruh bagi pendapatan Asli daerah kota Medan, pada tahun 2022 merupakan penyajian paling tinggi sebanyak 3,44% pada tahun 2020 mendapatkan penyajian paling rendah hanya sebanyak 1,33% Pada tahun 2022 naik lagi sebanyak 2,38% dikarenakan capaian yang dibuat oleh Pemerintah Kota Medan dalam menggali potensi pajak pajak Reklame hampir maksimal. Tetapi, Penerimaan pajak Reklame bisa dikatakan cukup mampu untuk berkontribusi dalam Meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan yang belum Terealisasikan.

Saran

Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan observasi langsung pada objek pajak parkir, selain hanya menggunakan data dari wawancara dan dokumen. Tujuannya adalah untuk menghasilkan informasi yang lebih rinci terkait objek pajak reklame. Untuk

mengatasi masalah banyaknya reklame di Kota Medan, peneliti menyarankan agar pajak reklame difungsikan sebagai alat untuk mengatur reklame yang tidak memiliki izin. Pemerintah daerah disarankan untuk lebih memperketat pengawasan terhadap tempat pajak reklame yang belum dibayar, yang berpotensi merugikan, dengan menempatkan pegawai pemerintah daerah untuk melakukan pengawasan langsung. Diharapkan tindakan ini dapat menjaga pendapatan asli daerah.

REFERENSI

- Firmansyah .(2017). *Analisis potensi pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar*.
- Prakosa Dkk. (2003). *Pajak dan Retribusi daerah*. Yogyakarta: Yogyakarta UII Press.
- Mardiasmo. (2013). *Perpajakan Edisi Revisi 2013*. Yogyakarta: Andi.
- Soemitro dan Rochmat, 1992, *Pengantar Singkat Hukum Pajak*, PT Eresco, Bandung.
- Siahaan, Marihot P, S.E. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alhusain, Ahmad Sani dkk. 2018. *Kebijakan dan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Dalam Pembangunan Nasional*. Bandung: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kota Medan. *Peraturan Daerah (PERDA) Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame*. Pemerintah Kota Medan.
- Erly Suandy, (2009), *Hukum Pajak*, edisi 4, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan umum dan tata cara perpajakan.
- Peraturan Walikota Medan/ Nomor 17 / 2014/ Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan/ Nomor 11 / 2011 Tentang Pajak Reklame.
- Realisasi pendapatan per jenis pajak tahun 2020 <https://djpk.kemenkeu.go.id/wp-content/uploads/2021/11/Realisasi-Pajak-Per-Jenis-Pajak-2020.xlsx>
- <https://djpk.kemenkeu.go.id/?ufaq=apa-yang-dimaksud-dengan-pendapatan-daerah>
- https://bappenda.cianjurkab.go.id/pajak/pajak_reklame/