

## ANALISIS POTENSI KEHILANGAN PENERIMAAN PAJAK REKLAME AKIBAT REKLAME TANPA IZIN DI KOTA YOGYAKARTA

Syifa Qurrota'aini Amatullah<sup>1\*</sup>, Alfiah<sup>2</sup>, Aisha Kurniawati<sup>3</sup>, Qonita Zada Falihah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Gadjah Mada

Bulaksumur, Caturtunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email Correspondence: [syifaqurrotaainiamatullah@mail.ugm.ac.id](mailto:syifaqurrotaainiamatullah@mail.ugm.ac.id)

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Received: May 02, 2026

Revised: May 02, 2026

Accepted: May 11, 2026

**Kata Kunci:**

Pajak\_Reklame; Kebocoran\_Pajak;

Reklame\_Tanpa\_Izin;

Potensi\_Penerimaan;

Pendapatan\_Asli\_Daerah\_(PAD).

**Keywords:**

Billboard\_Tax; Tax\_Leakage;

Unlicensed\_Billboards;

Revenue\_Potential; Local\_Own-

Source\_Revenue.

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis fenomena tax leakage atau kebocoran pajak yang disebabkan oleh maraknya objek reklame tanpa izin di Kota Yogyakarta. Masalah utama dalam penelitian ini adalah adanya ketimpangan jumlah reklame resmi dan tanpa izin yang terus berfluktuasi akibat lemahnya pendataan dan pengawasan lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi penerimaan pajak reklame dengan membandingkan data objek reklame yang terdaftar dan tidak terdaftar selama periode 2019-2024 sebagai dasar evaluasi kebijakan fiskal daerah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap PAD tergolong sangat rendah dengan rata-rata 1,03%. Local tax ratio dan tax elasticity menunjukkan kapasitas fiskal disektor reklame ini masih rendah dan menunjukkan bahwa potensi sektor ini belum dimanfaatkan secara optimal. Ditemukan bahwa kebocoran pajak akibat reklame tanpa izin rata-rata mencapai Rp5,8 miliar per tahun dan diproyeksikan akan meningkat menjadi Rp12,3 miliar per tahun pada tahun 2025-2030 jika tidak dilakukan penguatan sistem pengawasan dan penertiban secara tegas.

### ABSTRACT

This research analyzes the phenomenon of tax leakage caused by the proliferation of unlicensed billboards in Yogyakarta City. The main problem in this study is the fluctuating disparity between official and unlicensed billboards due to weak data collection and field supervision. Therefore, this study aims to analyze the potential of billboard tax revenue by comparing data on registered and unregistered billboard objects during the 2019-2024 period as a basis for evaluating local fiscal policy. The method used is descriptive quantitative utilizing secondary data. The results indicate that the contribution of the billboard tax to Local Own-Source Revenue (PAD) is classified as very low, averaging 1.03%. Furthermore, the local tax ratio and tax elasticity show that the fiscal capacity in the advertising sector remains low, indicating that the sector's potential has not been optimally utilized. It was found that tax leakage caused by unlicensed billboards averages IDR 5.8 billion annually and is projected to increase to IDR 12.3 billion annually between 2025 and 2030 if strict supervision and enforcement systems are not strengthened.

## PENDAHULUAN

Pajak adalah kontribusi yang harus dibayarkan oleh masyarakat kepada negara secara wajib berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku tanpa imbalan langsung guna mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Menteri Keuangan, 2021). Pajak daerah berperan krusial pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) karena mencerminkan potensi ekonomi lokal. Optimalisasi penerimaan ini sangat bergantung pada seberapa efisien dan efektif pengelolaan pemerintah untuk meningkatkan kepatuhan, ketepatan data, dan pengawasan terhadap objek pajak.

Desentralisasi fiskal menjadi kunci untuk memperkuat kapasitas daerah, terutama melalui optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang bertujuan untuk menjadikan daerah lebih mandiri dalam menentukan seluruh kegiatannya. Hal ini sejalan dengan prinsip desentralisasi fiskal yang mendorong daerah untuk menjadikan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagai salah satu tolak ukur kemampuan daerah dalam membiayai sendiri penyelenggaraan pembangunan (Susilowati et al., 2021).

Salah satu sumber PAD yang potensial yakni pajak reklame. Pajak reklame merupakan pungutan terhadap individu atau badan usaha atas pemasangan media informasi visual di area publik. Namun, masih banyak ditemukan reklame yang dipasang tanpa izin yang dapat mengurangi penerimaan pajak reklame. Hal ini dikarenakan lemahnya pendataan dan kurangnya pengawasan lapangan (Natalia & Kusumaningtyas, 2022). Fenomena secara nyata terjadi di Kota Yogyakarta. Sebagai salah satu destinasi wisata utama dan pusat pendidikan yang memiliki dinamika ekonomi serta bisnis yang pesat, Kota Yogyakarta menjadi daya tarik dan target strategis bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produknya melalui media promosi visual. Tingginya permintaan akan ruang iklan ini menjadikan sangat rentan terhadap maraknya pemasangan reklame ilegal jika tidak diimbangi dengan regulasi dan pengawasan yang ketat. Akibatnya, jumlah objek reklame di kota ini mengalami fluktuasi yang signifikan dalam enam tahun terakhir. Berdasarkan data dari Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta, jumlah objek reklame terdaftar tercatat sebanyak 2.719 unit pada tahun 2019, sempat turun menjadi 1.935 unit pada tahun 2020, dan meningkat tajam hingga 4.030 unit pada 2023 sebelum kembali turun menjadi 3.459 unit pada tahun 2024. Perubahan ini mencerminkan lemahnya konsistensi pendataan dan pengawasan.

Di sisi lain, reklame yang tidak terdaftar secara legal menimbulkan *tax leakage* dan tetap ada di ruang publik dengan tidak memberikan kontribusi pajak. Beberapa studi telah menyinggung analisis penerimaan pajak reklame pada peningkatan PAD. Namun, masih sulit ditemukan penelitian yang membandingkan antara objek reklame terdaftar dan tidak terdaftar sebagai dasar evaluasi penerimaan pajak. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi penerimaan pajak reklame berdasarkan data objek reklame yang terdaftar dan tidak terdaftar selama periode 2019-2024. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif berbasis data sekunder, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan kebijakan fiskal daerah (Aziza, 2023).

## KAJIAN PUSTAKA

### Pajak Daerah

Ketentuan pajak daerah diatur dalam Undang-Undang No 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (UU HKPD). Berdasarkan UU HKPD, Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Katjong et al., 2024). Pajak ini akan digunakan untuk mendukung sarana dan prasarana meliputi aspek pembangunan fasilitas, kebersihan, dan infrastruktur (Macfiroh et al., 2025). Pajak daerah dibagi menjadi 2 tingkatan, yaitu tingkat 1 untuk pajak daerah yang dipungut oleh Pemerintah Provinsi meliputi PKB, BBNKB, PAB, PBBKB, PAP, Pajak Rokok, dan Opsen Pajak MBLB. Tingkat 2 untuk pajak daerah yang dipungut oleh Pemerintah Kabupaten meliputi PBB-P2, BPHTB, PBJT, Pajak Reklame, PAT, Pajak MBLB, Pajak Sarang Burung Walet, Opsen PKB, dan Opsen BBNKB (UU Nomor 1 Tahun 2022, 2022).

### Pajak Reklame

Berdasarkan UU HKPD, pajak reklame dipungut atas penyelenggaraan reklame, yakni media yang dirancang untuk tujuan komersial atau promosi guna menarik perhatian umum (Katjong et al., 2024). Subjek dan wajib pajaknya adalah individu atau badan pengguna reklame, dengan objek yang mencakup berbagai jenis reklame seperti billboard/videotron/megatron, reklame kain, reklame melekat/stiker, reklame selebaran, reklame berjalan, reklame udara, reklame

apung, reklame film/slide, dan reklame peragaan (UU Nomor 1 Tahun 2022, 2022).

Berdasarkan UU HKPD Pasal 63, Tarif pajak reklame ditetapkan melalui Peraturan Daerah masing-masing dengan batas maksimal sebesar 25%. Besaran pajak yang dibayarkan dihitung dengan mengalikan tarif tersebut dengan Nilai Sewa Reklame (NSR) sebagai dasar pengenaan, sesuai yang diatur dalam UU HKPD pasal 62. Jika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR didasarkan pada nilai kontrak. Namun, jika diselenggarakan sendiri, NSR dihitung berdasarkan indikator teknis seperti jenis, bahan, lokasi, ukuran, serta durasi penayangan.

### **Pendapatan Asli Daerah**

Berdasarkan UU HKPD, Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan Daerah yang diperoleh dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan. PAD juga dapat menjadi tolak ukur tingkat kemandirian suatu daerah yang dilihat dari rasio pendapatan asli daerah dengan total pendapatan yang dihasilkan. Semakin tinggi rasio PAD terhadap pendapatan daerah maka tingkat kemandirian suatu daerah semakin tinggi, begitu pula sebaliknya (Erawati & Rahmawati, 2016).

Pemerintah melalui UU HKPD juga telah menekankan kepada daerah untuk mengoptimalkan potensi pendapatan di daerahnya guna mengurangi ketergantungan pada dana transfer pusat. Peningkatan PAD dapat diwujudkan melalui program intensifikasi, peningkatan pengawasan secara berkala, peningkatan efisiensi administrasi, dan peningkatan kapasitas penerimaan melalui perencanaan dengan instansi pemerintah secara lebih matang (M et al., 2019).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif makro berdasarkan data sekunder time series untuk menganalisis potensi penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta secara objektif. Instrumen analisis yang digunakan meliputi analisis kontribusi penerimaan, rasio pengumpulan, tipologi Klassen, local tax ratio, tax elasticity, serta analisis potensi penerimaan pajak reklame berizin maupun tanpa izin.

Isu sentral penelitian ini berfokus pada ketimpangan jumlah reklame resmi dan tanpa izin yang terus berfluktuasi. Keberadaan reklame ilegal ini memicu terjadinya kebocoran pajak (tax leakage) sehingga Pendapatan Asli Daerah (PAD) tidak optimal. Melalui evaluasi data

perbandingan reklame terdaftar dan tidak terdaftar pada 2019-2024, penelitian ini menilai sejauh mana potensi pajak yang belum tergali beserta implikasinya terhadap kebijakan fiskal.

Data yang digunakan adalah data sekunder periode 2019-2024. Data utama berupa jumlah reklame berizin dan tidak berizin serta target dan realisasi penerimaan pajak reklame bersumber dari Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta. Sebagai pendukung analisis, digunakan pula data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Yogyakarta. Data pendukung lainnya adalah data primer yang didapatkan melalui wawancara dengan Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta.

Langkah pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan penelusuran dokumen resmi di BPKAD Kota Yogyakarta. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 14 Mei 2025. Wawancara ini dilakukan untuk mencari data primer untuk menjadi klarifikasi data atas data sekunder yang telah diperoleh. Data sekunder maupun primer ini kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif yang bersifat evaluatif sekaligus proyeksi. Potensi estimasi penerimaan apabila seluruh reklame tanpa izin ditertibkan dihitung menggunakan regresi linear sederhana melalui persamaan  $Y = a + bX$ , dengan X mewakili jumlah wajib pajak reklame dan Y sebagai realisasi pendapatan pajak reklame.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kontribusi Penerimaan

Kontribusi penerimaan berguna untuk menilai persentase peran pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Hasil perhitungan ini akan diklasifikasikan ke dalam kategori yang telah ditentukan. Berikut adalah tingkat kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Yogyakarta periode 2019-2024:

**Tabel 1. Perhitungan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame**

Tahun	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame	Realisasi Penerimaan PAD	Kontribusi Penerimaan	Kriteria
1	2	3	$4 = 2/3 * 100\%$	
2019	Rp7,449,951,971	Rp689,049,725,509	1.08%	Sangat Kurang
2020	Rp6,156,071,238	Rp563,174,371,397	1.09%	Sangat Kurang

2021	Rp7,293,470,597	Rp598,121,885,338	1.22%	Sangat Kurang
2022	Rp7,132,421,763	Rp725,577,542,998	0.98%	Sangat Kurang
2023	Rp6,138,799,825	Rp805,346,115,793	0.76%	Sangat Kurang
2024	Rp8,611,178,444	Rp829,108,947,222	1.04%	Sangat Kurang
Rata - Rata			1.03%	Sangat Kurang

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

Berdasarkan perhitungan di atas, kontribusi penerimaan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Yogyakarta selama tahun 2019-2024 berada dibawah 10%. Nilai kontribusi terendah terjadi pada tahun 2023 sebesar 0,76%, dan kontribusi terbesar terjadi pada tahun 2021 sebesar 1,22%. Adapun untuk rata-rata kontribusi pajak reklame sendiri selama periode tersebut sebesar 1,03%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pendapatan asli daerah tergolong sangat kurang.

### Rasio Pengumpulan

Rasio Pengumpulan digunakan untuk mengukur persentase kinerja realisasi penerimaan pajak reklame terhadap target yang telah ditetapkan. Untuk mengetahui kondisi tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta, berikut merupakan perhitungan rasio pengumpulan pajak reklame selama tahun 2019 sampai 2024:

**Tabel 2. Perhitungan Rasio Pengumpulan Pajak Reklame**

Tahun	Target Pajak Reklame	Realisasi Pajak Reklame	Kontribusi Pengumpulan	Kriteria
1	2	3	4 = 3/2*100%	
2019	Rp7,200,000,000	Rp7,449,951,971	103.47%	Sangat Efektif
2020	Rp5,000,000,000	Rp6,156,071,238	123.12%	Sangat Efektif
2021	Rp6,300,000,000	Rp7,293,470,597	115.77%	Sangat Efektif
2022	Rp6,500,000,000	Rp7,132,421,763	109.73%	Sangat Efektif
2023	Rp5,500,000,000	Rp6,138,799,825	111.61%	Sangat Efektif
2024	Rp6,500,000,000	Rp8,611,178,444	132.48%	Sangat Efektif
Rata - Rata			116.03%	Sangat Efektif

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

Berdasarkan tabel 2 tersebut, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan rasio pengumpulan pajak reklame di Kota Yogyakarta telah mencapai angka di atas 100% dengan skor rata-rata sebesar 116,03%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa rasio pengumpulan pajak reklame sudah sangat efektif atau telah melebihi dari target yang ditetapkan.

### Analisis Tipologi Pertumbuhan Ekonomi

Analisis Tipologi Pertumbuhan Ekonomi merupakan indikator untuk mengelompokkan suatu sektor berdasarkan tingkat pertumbuhan dan kontribusinya terhadap indikator ekonomi secara keseluruhan. Dari indikator analisis ini, penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta diklasifikasikan menjadi sektor prima, berkembang, potensial, dan terbelakang. Klasifikasi ini berfungsi sebagai dasar penyusunan kebijakan fiskal dan strategi optimalisasi pendapatan daerah.

**Tabel 3. Perhitungan Rasio Pengumpulan Pajak Reklame**

Tahun	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame	Realisasi Pajak Daerah	Rata Rata Realisasi Pajak Daerah
1	2	3	4
2019	Rp7,449,951,971	Rp451,265,948,031	Rp45,126,594,803
2020	Rp6,156,071,238	Rp342,780,587,013	Rp34,278,058,701
2021	Rp7,293,470,597	Rp372,462,884,357	Rp37,246,288,436
2022	Rp7,132,421,763	Rp482,269,519,901	Rp48,226,951,990
2023	Rp6,138,799,825	Rp552,124,822,067	Rp55,212,482,207
2024	Rp8,611,178,444	Rp575,887,653,496	Rp63,987,517,055

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

**Tabel 4. Perhitungan Rasio Pertumbuhan**

Tahun	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame	Realisasi Pajak Daerah	Laju Pertumbuhan Penerimaan Pajak Reklame	Laju Pertumbuhan Pajak Daerah	Rasio Pertumbuhan
1	2	3	4 = ((2) - (2) sebelumnya)/(2) sebelumnya)*100	5 = ((2) - (2) sebelumnya)/(2) sebelumnya)*100	6 = (4)/(5)
2019	Rp7,449,951,971	Rp451,265,948,031	-	-	-
2020	Rp6,156,071,238	Rp342,780,587,013	-17.37%	-24.04%	0.72
2021	Rp7,293,470,597	Rp372,462,884,357	18.48%	8.66%	2.13
2022	Rp7,132,421,763	Rp482,269,519,901	-2.21%	29.48%	-0.07

2023	Rp6,138,799,825	Rp552,124,822,067	-13.93%	14.48%	-0.96
2024	Rp8,611,178,444	Rp575,887,653,496	40.27%	4.30%	9.36

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

**Tabel 5. Pehitungan Rasio Proporsi**

Tahun	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame	Realisasi Pajak Daerah	Rata Rata Realisasi Pajak Daerah	Rasio Proporsi (4) = (1)/(3)
	1	2	3	4 = (1)/(3)
2019	Rp7,449,951,971	Rp451,265,948,031	Rp45,126,594,803	-
2020	Rp6,156,071,238	Rp342,780,587,013	Rp34,278,058,701	0.18
2021	Rp7,293,470,597	Rp372,462,884,357	Rp37,246,288,436	0.20
2022	Rp7,132,421,763	Rp482,269,519,901	Rp48,226,951,990	0.15
2023	Rp6,138,799,825	Rp552,124,822,067	Rp55,212,482,207	0.11
2024	Rp8,611,178,444	Rp575,887,653,496	Rp63,987,517,055	0.13

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

**Tabel 6. Klasifikasi Tipologi Pertumbuhan Ekonomi**

Tahun	Rasio Pertumbuhan	Rasio Proporsi	Tipologi Pertumbuhan Ekonomi
2019	-	-	-
2020	0.72	0.18	Terbelakang
2021	2.13	0.20	Berkembang
2022	-0.07	0.15	Terbelakang
2023	-0.96	0.11	Terbelakang
2024	9.36	0.13	Berkembang

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

Berdasarkan tabel 6, analisis Tipologi Pertumbuhan Ekonomi terhadap pendapatan Pajak Reklame Kota Yogyakarta dari 2019-2024 menunjukkan kinerja yang fluktuatif. Pada tahun 2020, 2022, dan 2023, sektor ini tergolong "terbelakang" karena rasio pertumbuhan dan rasio proporsi < 1. Pada tahun 2021 dan 2024, terjadi kenaikan di mana pajak reklame diklasifikasikan "berkembang" akibat lonjakan rasio pertumbuhan masing-masing sebesar 2,13 dan 9,36. Secara keseluruhan, analisis tipologi pertumbuhan ekonomi pajak reklame di Kota Yogyakarta ini

menunjukkan bahwa sektor pajak reklame di Kota Yogyakarta memiliki potensi untuk ditingkatkan secara berkelanjutan serta diperlukan kebijakan startegis dan optimalisasi pemungutan pajak

### Local Tax Ratio

*Local tax ratio* pajak reklame di Kota Yogyakarta berdasarkan tabel perhitungan menunjukkan hasil rata-rata sebesar 0,14% pada rentan tahun 2019-2024 dengan nilai tertinggi sebesar 0,20% pada tahun 2019 dan nilai terendah sebesar 0,11% pada tahun 2023. Hasil rasio pajak reklame ini termasuk dalam kategori sangat rendah. Tabel 7 menyajikan perhitungan *local tax ratio* dari tahun 2019 hingga 2024.

**Tabel 7. Perhitungan *Local tax ratio***

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Total PDRB Kota Yogyakarta sektor Informasi dan Komunikasi	Local tax ratio
1	2	3	4 = (2/3)*100%
2019	Rp 7,449,951,971	Rp 3,747,160,000,000	0,20%
2020	Rp 6,156,071,238	Rp 4,475,330,000,000	0,14%
2021	Rp 7,293,470,597	Rp 5,164,000,000,000	0,14%
2022	Rp 7,132,421,763	Rp 5,509,730,000,000	0,13%
2023	Rp 6,138,799,825	Rp 5,840,670,000,000	0,11%
2024	Rp 8,611,178,444	Rp 6,119,100,000,000	0,14%
Rata - Rata			0,14%

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta (2025)

Kinerja pajak daerah dan retribusi daerah (PDRD) terhadap PDRB (*local tax ratio*) secara nasional pada tahun 2017-2019 hanya berada pada 1,42% (Arfin, 2023). Dimana pada masa pandemi COVID-19 tahun 2020, *local tax ratio* turun menjadi 1,2% (Bhakti et al., 2022). Sedangkan *local tax ratio* di kabupaten/kota pada tahun 2022 hanya berada pada angka 1,3% (Keuangan, 2023). Angka *local tax ratio* pajak reklame di Kota Yogyakarta rata-rata hanya 0,11% mengindikasikan bahwa kapasitas fiskalnya masih rendah atau *low-tax effort*.

Penurunan yang terjadi pada *local tax ratio* bukan berarti hanya disebabkan oleh penurunan penerimaan pada pajak reklame. Penurunan *local tax ratio* juga dipengaruhi oleh pertumbuhan PDRB sektor informasi dan komunikasi yang jauh lebih cepat dibanding pertumbuhan realisasi

pajak reklame di Kota Yogyakarta. (Apriliani & Sunaningsih, 2022) mengatakan penurunan efektivitas pemungutan pajak reklame di masa pascapandemi yang disebabkan oleh pemulihan ekonomi tidak diikuti oleh peningkatan basis pajak secara proporsional. Artinya, tingginya pertumbuhan sektor tersebut di Kota Yogyakarta belum diimbangi dengan kapasitas pemungutan pajak oleh daerah. Oleh karena itu, diperlukan strategi intensifikasi dan ekstensifikasi untuk memperluas basis pajak dan menyederhanakan prosedur, sehingga *local tax ratio* dan kemandirian fiskal daerah dapat kembali meningkat.

### Tax Elasticity

Analisis elastisitas digunakan untuk mengukur sensitivitas penerimaan pajak reklame terhadap perubahan PDRB sektoral selama periode 2019-2024.

**Tabel 8. Perhitungan *Tax Elasticity***

Tahun	Potensi Estimasi Pendapatan Pajak Reklame (dengan izin dan tanpa izin)	Estimasi Pendapatan Pajak Reklame	Pajak Hilang (Selisih)
1	2	3	4 = 2 - 3
2025	Rp 14,388,214,178	Rp 7,263,576,504	Rp 7,124,637,674
2026	Rp 15,842,000,079	Rp 7,310,978,811	Rp 8,531,021,268
2027	Rp 17,522,361,244	Rp 7,362,999,180	Rp 10,159,362,064
2028	Rp 19,464,609,852	Rp 7,420,087,515	Rp 12,044,522,337
2029	Rp 21,709,561,555	Rp 7,482,737,551	Rp 14,226,824,004
2030	Rp 24,304,393,197	Rp 7,551,491,125	Rp 16,752,902,072
Rata – Rata	Rp 18,871,856,684	Rp 7,425,658,836	Rp 12,342,926,349

Sumber: BKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

Berdasarkan perhitungan di atas, elastisitas pajak reklame memiliki kecenderungan kinerja tidak elastis. Selama lima tahun terakhir respon pajak reklame terhadap ekspansi ekonomi daerah masih terbilang lemah, bahkan menunjukkan negatif. Rata-rata elastisitas sebesar -0,58 menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas ekonomi yang tercermin dalam PDRB sektoral tidak diimbangi dengan pertumbuhan penerimaan dari sektor pajak reklame.

Pada tahun 2022, tercatat elastisitas mencapai -2,78 yang menandakan turunnya penerimaan pajak reklame meski PDRB tumbuh secara positif. Disisi lain, terdapat tahun-tahun

dengan nilai elastisitas positif seperti 2021 dan 2024, yang menandakan adanya respons penerimaan pajak yang cukup baik terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun, hal ini belum cukup kuat untuk mengimbangi tren negatif yang mendominasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa naik turun penerimaan pajak reklame lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kebijakan pembatasan reklame, peralihan strategi promosi usaha ke platform digital, atau bahkan lemahnya sistem pengawasan dan basis data pajak.

Dapat disimpulkan bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) relatif kecil, *tax effort* sektor ini tergorong masih lemah, nilai elastisitas yang negatif menandakan bahwa potensi penerimaan belum dimanfaatkan secara optimal, dan perlu adanya evaluasi atas efektifitas kebijakan pengelolaan pajak reklame saat ini.

### Perhitungan Estimasi Pajak Reklame Dengan Izin

Perhitungan potensi penerimaan pajak reklame dengan izin dilakukan dengan regresi linear sederhana. Variabel X adalah jumlah wajib pajak reklame dengan izin dan variable Y adalah realisasi pendapatan pajak reklame.

**Tabel 9. Data Pajak Reklame dengan Izin**

Tahun	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame (Y)	Wajib Pajak Reklame dengan Izin (X)
2019	Rp7,449,951,971	2,719
2020	Rp6,156,071,238	1,935
2021	Rp7,293,470,597	2,024
2022	Rp7,132,421,763	2,371
2023	Rp6,138,799,825	4,030
2024	Rp8,611,178,444	3,459
Rata rata	Rp7,130,315,640	2,756

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

**Tabel 10. Perhitungan Regresi Linear Sederhana untuk Pajak Reklame dengan Izin**

<i>SUMMARY OUTPUT</i>	
<i>Regression Statistics</i>	
2019	Rp7,449,951,971

2020	Rp6,156,071,238
2021	Rp7,293,470,597
2022	Rp7,132,421,763
2023	Rp6,138,799,825
2024	Rp8,611,178,444

<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95.0%</i>	<i>Upper 95.0%</i>
6,777,013,379	1,570,867,17	4.31418613	0.012504637	2,415,586,900	11,138,439,857	2,415,586,900	11,138,439,857
128,178.3509	549,347.26	0.233328461	0.826960526	-1,397,054.16	1,653,410.862	-1,397,054.16	1,653,410.862

**RESIDUAL OUTPUT**

<i>Observation</i>	<i>Predicted Y</i>	<i>Residuals</i>
1	7,125,530,315	324,421,656.4
2	7,025,038,487	-868,967,249.5
3	7,036,446,361	257,024,236.3
4	7,080,924,248	51,497,514.5
5	7,293,572,133	-1,154,772,308
6	7,220,382,294	1,390,796,150

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 6.777.013.379 + 128.178,3509X$$

Persamaan regresi linear sederhana diatas menunjukkan bahwa nilai *intercept* atau konstanta sebesar 6.777.013.379 menunjukkan nilai konstan yang tidak akan berubah walaupun variabel lainnya berubah. Nilai koefisien variabel independen (X) 128.178,3509 menunjukkan adanya hubungan positif dengan variabel dependen (Y), ketika terjadi kenaikan 1 wajib pajak reklame, maka terjadi kenaikan pendapatan pajak reklame di Kota Yogyakarta sebesar Rp128.178,3509. P-value digunakan untuk menentukan apakah variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Nilai P-value dari perhitungan analisis regresi linear di atas adalah 82,69% yang menunjukkan bahwa jumlah wajib pajak reklame tidak memberi pengaruh

yang signifikan terhadap pendapatan pajak reklame.

Berdasarkan persamaan regresi linear tersebut, proyeksi penerimaan pajak reklame untuk enam tahun ke depan dapat dihitung. Proyeksi ini didasarkan pada rata-rata pertumbuhan wajib pajak reklame berizin periode 2019-2024, dengan rincian perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 11. Perhitungan Pertumbuhan Jumlah Wajib Pajak Reklame dengan Izin**

Tahun	Wajib Pajak Reklame dengan Izin (X)	Pertumbuhan Wajib Pajak Reklame dengan Izin
2019	2,719	-
2020	1,935	-28.83%
2021	2,024	4.60%
2022	2,371	17.14%
2023	4,030	69.97%
2024	3,459	-14.17%
Rata Rata	2,756	9.74%

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (diolah)

Sesuai dengan perhitungan tabel 11, diperoleh rata rata pertumbuhan wajib pajak reklame Kota Yogyakarta periode 2019-2024 sebesar 9,74%. Dengan persamaan regresi  $Y = 6.777.013.379 + 128.178,3509X$  dan rata rata pertumbuhan wajib pajak reklame 9,74%, proyeksi potensi penerimaan pajak reklame di Kota Yogyakarta dapat dihitung dengan variabel independen (X) yaitu estimasi jumlah wajib pajak reklame yang dihitung dengan mengalikan rata rata pertumbuhan wajib pajak reklame dengan jumlah wajib pajak reklame tahun sebelumnya. Untuk variabel dependen (Y) yaitu estimasi pendapatan pajak reklame dengan rumus persamaan regresi  $Y = 6.777.013.379 + 128.178,3509X$ . Untuk perhitungan proyeksi potensi pendapatan pajak reklame di Kota Yogyakarta dengan reklame yang memiliki izin disajikan sebagai berikut:

**Tabel 12. Perhitungan Potensi Penerimaan Pajak Reklame dengan Izin**

Tahun	Estimasi Jumlah Wajib Pajak Reklame (X)	Estimasi Pendapatan Pajak Reklame (Y) = $6777013379 + 128178.3509X$
2025	3,796	Rp7,263,576,504
2026	4,166	Rp7,310,978,811
2027	4,572	Rp7,362,999,180

2028	5,017	Rp7,420,087,515
2029	5,506	Rp7,482,737,551
2030	6,042	Rp7,551,491,125

Sumber: BPKAD Kota Yogyakarta (diolah)

Tabel 12 menunjukkan hasil proyeksi jumlah wajib pajak dan pendapatan pajak reklame di Kota Yogyakarta selama enam tahun ke depan. Dalam tabel diatas estimasi jumlah wajib pajak reklame pada tahun 2025 mengalami peningkatan dari tahun 2024, begitu pula tahun 2026 hingga 2030 diproyeksikan jumlah wajib pajak reklame terus meningkat secara linear. Namun, pendapatan pajak reklame di Kota Yogyakarta mengalami penurunan pada tahun 2025 dikarenakan perhitungan ini menggunakan pendekatan *ceteris paribus*, dimana dalam analisis regresi linear sederhana ini hanya melihat hubungan antara jumlah wajib pajak reklame dengan pendapatan pajak reklame. Sehingga ditemukan adanya penurunan pendapatan pajak reklame dari tahun 2024 yang didapatkan dari data realisasi pendapatan pajak reklame di lapangan dengan estimasi pendapatan pajak reklame di tahun 2025. Meskipun terjadi penurunan di tahun 2025, akan tetapi estimasi pendapatan pajak reklame di Kota Yogyakarta pada tahun 2026 hingga 2030 akan mengalami kenaikan secara linear.

### Perhitungan Estimasi Pajak Reklame Tanpa Izin

Perhitungan potensi pajak reklame dilakukan dengan menggunakan data penerimaan reklame berizin serta estimasi reklame tanpa izin dari BKAD Kota Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah regresi linear sederhana, dengan variabel X berupa jumlah wajib pajak (berizin dan tanpa izin) dan variabel Y berupa realisasi pendapatan pajak reklame.

**Tabel 13. Data Variabel X dan Variabel Y**

Tahun	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame dengan izin	Jumlah Wajib Pajak Reklame dengan izin	Perhitungan Pendapatan Pajak Reklame tanpa izin	Jumlah Wajib Pajak Reklame tanpa izin	Potensi Realisasi Seluruh Pajak Reklame	Jumlah Seluruh Wajib Pajak Reklame
1	2	3	4	5	$Y = 2 + 4$	$X = 3 + 5$
2019	Rp 7,449,951,971	2719			Rp 7,449,951,971	2719
2020	Rp 6,156,071,238	1935	Rp 6,685,098,808	1680	Rp 12,841,170,046	3615
2021	Rp 7,293,470,597	2024	Rp 5,876,306,547	1124	Rp 13,169,777,144	3148
2022	Rp 7,132,421,763	2371	Rp 5,109,394,583	1155	Rp 12,241,816,346	3526
2023	Rp 6,138,799,825	4030	Rp 5,006,880,269	2880	Rp 11,145,680,094	6910
2024	Rp 8,611,178,444	3459	Rp 6,351,062,914	1953	Rp 14,962,241,358	5412

Sumber: BKAD Kota Yogyakarta (diolah)

Perhitungan potensi penerimaan selama 6 tahun dilakukan dengan regresi linear sederhana. Tabel berikut menyajikan pengujian data untuk penerimaan pajak reklame jika pemerintah Kota Yogyakarta dapat memungut seluruh potensi dan wajib pajak yang ada.

**Tabel 14. Perhitungan Regresi Linear Sederhana**

<b>SUMMARY OUTPUT</b>	
<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.676476793
R Square	0.457620852
Adjusted R Square	0.322026065
Standard Error	2026535268
Observations	6

  

<b>ANOVA</b>					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	1	1.38603E+19	1.38603E+19	3.374914786	0.140069753
Residual	4	1.64274E+19	4.10685E+18		
Total	5	3.02876E+19			

  

	<i>Coefficient</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95.0%</i>	<i>Upper 95.0%</i>
Intercept	506021687	402044274	1.25862179	0.27661781	-	162227554	-	1622275544
t X	6	2	9	9	610232169	7	61023216	9
Variabel	1727362.1	940268.720	1.83709411	0.14006975	-	4337966.6	-	4337966.61
el	3	3	5	3	883242.353	8	883242.35	3

  

<b>RESIDUAL OUTPUT</b>		
<i>Observation</i>	<i>Predicted Y</i>	<i>Residuals</i>
1	9756914513	-2306962542
2	12658882896	1476167883
3	11698469550	1627788968
4	11752017776	807328777.9
5	14731717454	-2274885214
6	13130452758	670562127.3

Sumber: BKAD Kota Yogyakarta (diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 5.060.216.876 + 1.727.362,132 X$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa nilai *intercept* atau konstanta sebesar 5.060.216.876 merupakan nilai tetap yang tidak dipengaruhi oleh perubahan variabel lain. Nilai koefisien variabel independen (X) 1.727.362,132 menunjukkan adanya hubungan positif dengan variabel dependen

(Y), jika terjadi kenaikan 1 wajib pajak reklame, maka terjadi kenaikan pendapatan pajak reklame di Kota Yogyakarta sebesar Rp 1.727.362,132. P-value digunakan untuk menentukan apakah variabel X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Nilai P-value yang berada dibawah *significance level* sebesar 5% artinya variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai P-value yang didapatkan dari perhitungan analisis regresi linear diatas adalah 14,00% atau diatas *significance level* yang menunjukkan bahwa jumlah wajib pajak reklame tidak memberi pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pajak reklame.

Pertumbuhan jumlah wajib pajak reklame dengan izin tan tanpa izin tiap tahunnya akan digunakan untuk menghitung estimasi di masa depan.

**Tabel 15. Pertumbuhan Wajib Pajak Reklame**

Tahun	Jumlah Seluruh Wajib Pajak Reklame (X)	Pertumbuhan Seluruh Wajib Pajak Reklame
2019	2719	-
2020	4399	61.79%
2021	3843	-12.64%
2022	3874	0.81%
2023	5599	44.53%
2024	4672	-16.56%
<b>Rata-Rata</b>	4184	15.59%

Sumber: BKAD Kota Yogyakarta (diolah)

Berdasarkan perhitungan, rata-rata pertumbuhan jumlah wajib pajak reklame (berizin dan tanpa izin) di Kota Yogyakarta selama periode 2019-2024 sebesar 15,59%. Persamaan regresi yang telah diperoleh, yaitu  $Y = 5.060.216.876 + 1.727.362,132 X$ , bersama dengan rata-rata pertumbuhan tersebut digunakan untuk memproyeksikan potensi penerimaan pajak reklame. Variabel independen (X) berupa estimasi jumlah wajib pajak reklame yang diperoleh dengan mengalikan rata-rata pertumbuhan dengan jumlah wajib pajak pada tahun sebelumnya.

**Tabel 16. Estimasi Jumlah Wajib Pajak dan Estimasi Pendapatan Pajak Reklame**

Tahun	Estimasi Jumlah Seluruh Wajib Pajak Reklame (X)	Estimasi Seluruh Pendapatan Pajak Reklame (Y) = 5060216876 + 1727362.132 X
2025	5,400	Rp 14,388,214,178
2026	6,242	Rp 15,842,000,079

2027	7,215	Rp 17,522,361,244
2028	8,339	Rp 19,464,609,852
2029	9,639	Rp 21,709,561,555
2030	11,141	Rp 24,304,393,197

Sumber: BKAD Kota Yogyakarta (diolah)

Tabel 16 menyajikan proyeksi estimasi jumlah wajib pajak dan pendapatan pajak reklame di Kota Yogyakarta untuk enam tahun ke depan, dengan asumsi pemerintah daerah mampu memungut pajak dari seluruh reklame, baik yang berizin maupun tidak berizin. Hasil proyeksi menunjukkan peningkatan jumlah wajib pajak yang cukup signifikan sejak 2024 hingga 2030, yang diikuti oleh kenaikan pendapatan pajak reklame setiap tahunnya. Berdasarkan perhitungan regresi linear, terjadi peningkatan pendapatan dari tahun 2024 ke 2025 sebesar sekitar Rp587 juta, dan tren kenaikan ini berlanjut hingga tahun 2030. Proyeksi ini didasarkan pada asumsi *ceteris paribus*, yaitu hanya mempertimbangkan hubungan antara jumlah wajib pajak reklame dan pendapatan pajak reklame, dengan anggapan bahwa kemampuan pemerintah dalam melakukan pemungutan tetap konstan dan optimal.

### Perbandingan Pajak Reklame Dengan Izin dan Tanpa Izin

Tabel 17. Selisih Potensi Realisasi Pendapatan Pajak Reklame

Tahun	Potensi Realisasi Pendapatan Pajak Reklame (dengan izin dan tanpa izin)	Realisasi Pendapatan Pajak Reklame	Pajak Hilang (Selisih)
1	2	3	4 = 2 - 3
2019		Rp 7,449,951,971.00	
2020	Rp 12,841,170,046.00	Rp 6,156,071,238.00	Rp 6,685,098,808.00
2021	Rp 13,169,777,144.00	Rp 7,293,470,597.00	Rp 5,876,306,547.00
2022	Rp 12,241,816,346.00	Rp 7,132,421,763.00	Rp 5,109,394,583.00
2023	Rp 11,145,680,094.00	Rp 6,138,799,825.00	Rp 5,006,880,269.00
2024	Rp 14,962,241,358.00	Rp 8,611,178,444.00	Rp 6,351,062,914.00
Rata - rata	Rp 10,726,780,831.33	Rp 7,066,388,373.40	Rp 5,805,748,624.20

Sumber: BKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

Tabel di atas memberikan gambaran mengenai potensi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Yogyakarta melalui optimalisasi pajak reklame. Data menunjukkan adanya

selisih yang cukup signifikan antara potensi penerimaan pajak reklame yang seharusnya diperoleh dengan realisasi yang dicapai setiap tahunnya. Selama periode 2019–2024, rata-rata potensi pajak yang belum tergali akibat reklame yang tidak terdaftar dan/atau tidak berizin mencapai lebih dari Rp5,8 miliar per tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas pengawasan dan pemungutan terhadap objek reklame di ruang publik masih relatif rendah.

**Tabel 18. Selisih Potensi Estimasi dan Estimasi Pendapatan Pajak Reklame**

Tahun	Potensi Estimasi Pendapatan Pajak Reklame (dengan izin dan tanpa izin)	Estimasi Pendapatan Pajak Reklame	Pajak Hilang (Selisih)
1	2	3	4 = 2 - 3
2025	Rp 14,388,214,178	Rp 7,263,576,504	Rp 7,124,637,674
2026	Rp 15,842,000,079	Rp 7,310,978,811	Rp 8,531,021,268
2027	Rp 17,522,361,244	Rp 7,362,999,180	Rp 10,159,362,064
2028	Rp 19,464,609,852	Rp 7,420,087,515	Rp 12,044,522,337
2029	Rp 21,709,561,555	Rp 7,482,737,551	Rp 14,226,824,004
2030	Rp 24,304,393,197	Rp 7,551,491,125	Rp 16,752,902,072
Rata - rata	Rp 18,871,856,684	Rp 7,425,658,836	Rp 12,342,926,349

Sumber: BKAD Kota Yogyakarta (Diolah)

Pada periode proyeksi 2025-2030, terlihat peluang peningkatan yang lebih besar. Rata-rata potensi penerimaan pajak reklame diperkirakan mencapai sekitar Rp18,8 miliar per tahun, sementara potensi dari reklame berizin hanya sekitar Rp7,4 miliar. Dengan demikian, terdapat potensi pajak yang belum tergali lebih dari Rp12,3 miliar setiap tahunnya. Kondisi ini menunjukkan masih besarnya potensi pajak reklame yang belum dimanfaatkan secara optimal, terutama yang berasal dari reklame tidak berizin atau yang belum terdata.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa penguatan sistem pendataan, perizinan, dan pengawasan reklame menjadi langkah penting dalam meningkatkan PAD tanpa harus menaikkan tarif pajak atau menambah beban wajib pajak. Upaya optimalisasi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan penerimaan, tetapi juga sejalan dengan prinsip pengelolaan keuangan daerah yang efektif dan efisien. Apabila pemerintah daerah mampu memperkecil kesenjangan antara potensi dan realisasi, maka kontribusi pajak reklame terhadap PAD dapat meningkat secara signifikan dan

berkelanjutan, sekaligus mendukung pembangunan daerah.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, kinerja pajak reklame di Kota Yogyakarta menunjukkan adanya ketimpangan. Meskipun rasio pengumpulannya sangat efektif mencapai 116,03% dari target, kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) tergolong sangat rendah, yakni hanya 1,03%. Kapasitas fiskal yang rendah (local tax ratio 0,14%) serta sifat pajak yang inelastis (-0,58) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi sektoral belum mampu diimbangi dengan optimalisasi penarikan pajak. Rendahnya kinerja ini utamanya disebabkan oleh maraknya reklame tanpa izin yang mengakibatkan kebocoran potensi penerimaan rata-rata Rp5,8 miliar per tahun selama 2019-2024. Tanpa adanya tindakan tegas, hilangnya potensi pajak ini diproyeksikan melonjak drastis hingga Rp12,3 miliar per tahun pada periode 2025-2030.

Saran kepada BPKAD Kota Yogyakarta diharapkan dapat terus meningkatkan kinerjanya agar potensi penerimaan pajak reklame dapat dioptimalkan pada tahun yang akan datang. BPKAD dapat bekerjasama dengan pihak-pihak yang berwenang seperti SatpolPP dalam menertibkan adanya pemasangan reklame ilegal. Selain itu, pemberian sanksi tegas kepada oknum-oknum tersebut juga sangat diperlukan untuk memberikan efek jera.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliansi, S. A., & Sunaningsih, S. N. (2022). *Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung Pada Saat Era Pandemi Covid-19*. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i3.3694>
- Arfin. (2023). *Analisa Implementasi Strategi Penguatan Local Taxing Power*. [https://bppk.kemenkeu.go.id/res/filestream/files/portal-bppk-media/content/article/document/Local\\_Taxing\\_Power.pdf](https://bppk.kemenkeu.go.id/res/filestream/files/portal-bppk-media/content/article/document/Local_Taxing_Power.pdf)
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Bonus Demografi Dan Visi Indonesia Emas 2045*. <https://smartcity.temanggungkab.go.id>
- Erawati, T., & Rahmawati, N. (2016). *Analisis Efektifitas Dan Efisiensi Pajak Reklame, Pajak Parkir, Pajak Hiburan, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Dan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Di Kabupaten Bantul*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24964/ja.v4i1.126>
- Katjong, K., Yanuaria, T., Polontoh, H. M., & Mulyadi, D. (2024). *Penerapan Ipteks Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah*. 3(1), 8–14. <https://doi.org/10.31957/bhjpi.3855>

- M, N., Nursadik, Muh., & Yunus, M. (2019). *Strategi Peningkatan PAD Melalui Intensifikasi Dan Ekstensifikasi Penerimaan Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Di Kabupaten Enrekang*. 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31947/jakpp.v1i1.6500>
- Macfiroh, I. S., Hadini, Y., & Maulana, M. F. (2025). *Efektivitas Dan Efisiensi Dari Pemungutan Dan Pengelolaan Pajak Kendaraan Bermotor*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/mapi.v6i2.3242>
- Menteri Keuangan, & D. J. P. (2021). *Susunan Dalam Satu Naskah Undang Undang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) Berdasarkan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. <https://ddtc.co.id/uploads/pdf/Susunan-Dalam-Satu-Naskah-UU-KUP-sebagaimana-diubah-terakhir-dengan-UU-HPP.pdf>
- Natalia, I., & Kusumaningtyas, K. (2022). *Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37058/tlemc.v9i2.16325>
- Susilowati, M. W. K., Christie, A. A. M., Paulina, R. H., & Matitaputty, S. J. (2021). *Dampak Desentralisasi Fiskal Terhadap Efisiensi Ekonomi Dan Kesejahteraan Masyarakat*. <https://repository.unika.ac.id/28569/1/Laporan%20Final%20-%20Desentralisasi%20Fiskal%20dan%20Efisiensi%20Ekonomi.pdf>
- UU Nomor 1 Tahun 2022. (2022). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintahan Daerah*.