



**KEBIJAKAN TATA RUANG KOTA DALAM PENGATURAN
REKLAME**
(Studi Ketidakmaksimalan Pajak Reklame Kota Batu Tahun 2017-
2018)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Negara**

Oleh:

M. KHOLIL

ROHMAN

NPM.

215.01.09.1089



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ILMU
ADMINISTRASI
NEGARA
2020**

RINGKASAN

Kholil Rohman, 2019, NPM 21501091089, Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang, Kebijakan Tata Ruang Kota Dalam Pengaturan Reklame (Studi Ketidakmaksimalan Pajak Reklame Kota Batu Tahun 2017-2018), Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. H. Yaqub Cikusin, M.Si, Dosen Pembimbing II : Khoiron, S.AP, M.IP.

Pemerintah Kota Batu melalui Dinas Pendapatan Daerah melakukan usaha-usaha peningkatan pendapatan pajak reklame secara optimal untuk mengisi kas daerah yang membiayai pembangunan. Di Kota Batu Pajak Reklame diatur dalam Peraturan Daerah Kota Batu No.4 Tahun 2017. Pemasangan, perijinan, dan pengelolaan reklame diatur oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu. Kebijakan adalah rangkaian konsep asas yang menjadi pedoman suatu kepemimpinan dalam melaksanakan pekerjaan, bahwa kondisi yang terjadi dalam kebijakan tata ruang kota dalam pengaturan reklame yaitu 1) tata Ruang Kota, Kota Batu memfokuskan pada keindahan. 2) wajib pajak, kurangnya kesadaran wajib pajak. 3) standardisasi pengawasan, pengawasan yang masih kurang maksimal. 4) perbaikan dalam penyelenggaraan, penyelenggaraan reklame kota batu kurang sesuai dengan perencanaan. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti di Kantor Badan Keuangan Daerah Kota Batu.

Adapun rumusan masalah yaitu mengapa pajak reklame di Kota Batu tahun 2017-2018 selalu menurun dan bagaimana upaya pemerintah daerah meningkatkan pajak reklame tahun 2017- 2018. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pendapatan asli daerah dari sektor pajak reklame Kota Batu tahun 2017-2018. Pada penelitian ini metode analisis data yang dipergunakan adalah analisis kualitatif (*Interactive model*) dari Miles, Huberman dan Saldana 2014. Lokasi penelitian berada di Badan Keuangan Daerah (BKD) Kota Batu. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan 3 macam teknik yaitu, wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Dalam analisisnya peneliti menggunakan teori kebijakan tata ruang oleh Budiharjo 2004. Pengawasan dalam kebijakan oleh Manullang 2005. Tujuan pengawasan oleh Brantas 2009. Kesadaran masyarakat oleh Siahaan 2010. Fokus penelitian adalah memfokuskan pada pendapatan asli daerah dalam kebijakan penyelenggaraan reklame mulai dari perijinan, pemasangan serta penempatan reklame sehingga tidak mengganggu penataan ruang kota.

Hasil penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa penurunan target pendapatan asli daerah dari pajak reklame Kota Batu tahun 2017-2018 selalu menurun disebabkan dua hal yaitu: pemerintah lebih memfokuskan pada keindahan kota, sedangkan dari masyarakat

sendiri kurang memiliki kesadaran wajib pajak. Upaya yang sudah dilakukan pemerintah Kota Batu dalam meningkatkan pendapatan asli daerah dari pajak reklame Kota Batu Tahun 2017- 2018 yaitu dengan melakukan standarisasi pengawasan dan perbaikan dari penyelenggaraan reklame itu sendiri.

Berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah peneliti jelaskan, maka saran yang dapat peneliti berikan yaitu perlu adanya sosialisasi dari dinas pajak kepada pengguna reklame bahwa untuk reklame dalam bentuk banner akan diganti dengan reklame digital. Perlunya target yang konsisten setiap tahunnya. Perlu adanya sanksi yang baru yang lebih tegas agar para palaku usaha jera.

Kata kunci : Kebijakan, Reklame, Pendapatan Asli Daerah.



SUMMARY

Kholil Rohman, 2019, NPM 21501091089, Public Administration Study Program, Faculty of Administrative Sciences, university of Islam Malang, City Spatial Policy in Advertising Arrangements (Study of the Inequality of Batu City Advertising Tax 2017-2018) supervisor I: Prof. Dr. H. Yaqub Cikusin, M.Si, Supervisor II : Khoiron, S.AP, M.IP.

The Batu City Government through the Regional Revenue Service makes efforts to increase advertisement tax revenue optimally to fill the regional treasury that finances development. In Batu City, the advertisement tax is regulated in the Batu City Regional Regulation No.4 of 2017. Installation, licensing and management of advertisements are regulated by the Batu City Regional Revenue Service. Policy is a series of conceptual principles that guide a leadership in carrying out work, that the conditions that occur in urban spatial planning policies in billboard arrangements are :1) Urban spatial planning, Batu City focuses on beauty. 2) taxpayers, lack of taxpayer awareness. 3) standardization of supervision, supervision that is still not maximal. 4) improvement in the implementation, the implementation of Batu city billboards is not in accordance with the planning. So that researchers are interested in researching at the Batu City Regional Financial Agency Office.

The formulation of the problem is why the advertisement tax in Batu City in 2017-2018 always decreases and how the local government efforts to increase the advertisement tax in 2017-2018. The purpose of this research is to find out and analyze local revenue from the advertisement tax sector in Batu City in 2017-2018. . In this study, the data analysis method used is qualitative analysis (interactive model) from Miles, Huberman and Saldana 2014. The research location is in the Regional Finance Agency (BKD) of Batu City. Researchers used qualitative research with a descriptive approach, data collection techniques used 3 kinds of techniques, namely, interviews, observation and documentation. Sources of research data consist of primary data and secondary data. In his analysis the researchers used spatial policy theory by Budiharjo 2004. Oversight in policy by Manullang 2005. The aim of supervision by Brantas 2009. Public awareness by Siahaan 2010. The focus of the study was to focus on local revenue in the policy of organizing billboards ranging from licensing, installation and placement. so that the billboard does not interfere with the arrangement of urban space.

The results of the research that have been carried out show that the decrease in the target of local revenue from the Batu City advertisement tax 2017-2018 has always decreased due to two things, namely: the government focuses more on the beauty of the city, while from the community



In connection with the research results that the researcher has explained, the suggestions that the researcher can give are the need for socialization from the tax office to advertisement users that for billboards in the form of banners will be replaced with digital billboards. The need for consistent targets every year. There is a need for new, stricter sanctions to deter business leaders.

Keywords: Policy, Advertising, Local Revenue



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelaksanaan kebijakan publik adalah implementasi atau penerapan suatu kebijakan publik melalui program, aktifitas, aksi, atau tindakan dalam suatu mekanisme yang terikat pada suatu sistem tertentu. Terbitnya kebijakan publik dilandasi kebutuhan untuk penyelesaian masalah yang terjadi di masyarakat. Kebijakan publik ditetapkan oleh para pihak (stakeholders), terutama pemerintah yang diorientasikan pada pemenuhan kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Makna dari pelaksanaan kebijakan publik merupakan suatu hubungan yang memungkinkan pencapaian tujuan-tujuan atau sasaran sebagai hasil akhir dari kegiatan yang dilakukan pemerintah. Kekurangan atau kesalahan kebijakan publik akan dapat diketahui setelah kebijakan publik tersebut dilaksanakan, keberhasilan pelaksanaan kebijakan publik dapat dilihat dari dampak yang ditimbulkan sebagai hasil evaluasi atas pelaksanaan suatu kebijakan (Rohman, 2016).

Pada pasal 1 ayat 1 UUD 1945 Negara Indonesia adalah Negara Kesatuan yang berbentuk Republik. Negara Kesatuan Republik Indonesia, terdiri atas beberapa provinsi dan terbagi menjadi beberapa kabupaten atau kota. Luas wilayah Indonesia dengan kondisi geografis dan budaya yang berbeda-beda, menjadikan pelimpahan kewenangan serta tanggungjawab dari pemerintah pusat di limpahkan ke pemerintah daerah dalam

menyelenggarakan pemerintahan daerah, atau dalam hal ini biasanya disebut dengan desentralisasi.

Misi utama otonomi daerah sendiri adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan publik dan kesejahteraan masyarakat, menciptakan efisiensi dan efektifitas sumberdaya daerah, dan memberdayakan serta menciptakan ruang bagi masyarakat (publik) untuk berpartisipasi dalam pembangunan (Mardismo, 2002:59).

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang pemerintah daerah. Dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Perimbangan pemerintah pusat dan daerah adalah sebuah system pembagian keuangan secara adil, demokratis, transparan dan bertanggungjawab dalam rangka pendanaan penyelenggaraan desentralisasi (Pelimpahan kekuasaan dari pusat ke daerah) dengan mempertimbangkan potensi, kondisi dan kebutuhan daerah. Dengan adanya otonomi di bidang keuangan atau dana perimbangan maka, pemerintah daerah dituntut untuk memberikan pertanggungjawaban atas anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD).

Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah didalamnya terdapat pajak daerah, pajak ini dipungut oleh Pemerintah Daerah (Provinsi, Kabupaten atau Kota) sehingga hasilnya masuk ke kas Daerah. Dasarnya adalah Undang-Undang dan pelaksanaannya diatur dalam peraturan daerah,

pengelolaannya oleh Dinas Pendapatan Daerah. pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah ini digunakan untuk membiayai rumah tangga daerahnya sendiri. Pembiayaan Pemerintah Daerah dalam melaksanakan tugas Pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Kebutuhan ini semakin dirasakan oleh daerah terutama sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia, yaitu mulai tanggal 1 Januari 2001. Otonomi daerah memicu setiap daerah untuk dapat berkreasi mencari sumber penerimaan daerah yang mampu mendukung pembiayaan pengeluaran daerah.

Berbicara mengenai pajak tentu yang terlintas dalam pemikiran adalah selalu melulu mengenai pembayaran. Banyak masyarakat yang cenderung mengeluhkan keberadaan pajak, bahkan enggan untuk membayar pajak. Masyarakat beranggapan bahwasannya mereka mengeluarkan uang dengan nilai yang besar dengan cuma-cuma tanpa mendapatkan keuntungan. Pajak digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran. Menurut lembaga pemungutan pajak pusat atau pajak Negara, pajak ini dipungut oleh pemerintah pusat sehingga hasilnya masuk ke kas Negara, dasarnya Undang-undang dan peraturan pelaksanaannya. Pajak digunakan untuk membangun Negara, pembangunan berlangsung secara terus menerus dan berkesinambungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pajak digunakan oleh Negara mulai dari belanja pegawai sampai dengan pembiayaan berbagai proyek pembangunan. Pembangunan secara umum

seperti jalan, jembatan, sekolah, rumah sakit, puskesmas, dan kantor polisi sekalipun dibiayai oleh pajak. Pembangunan infrastruktur, biaya pendidikan, biaya kesehatan, subsidi bahan bakar (BBM), gaji pegawai negeri, dan pembangunan fasilitas public semua dibiayai oleh pajak. Semakin banyak pajak yang dipungut, maka semakin banyak fasilitas dan infrastruktur yang dibangun.

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang paling penting karena setiap tahunnya pajak daerah mampu memberikan sumbangan yang cukup besar bagi penerimaan daerah. Namun demikian, hingga saat ini tingkat pencapaian pajak daerah atau realisasi pencapaian pajak daerah jika dibandingkan dengan target realisasi pajak daerah yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah setiap tahunnya tidak selalu tercapai 100%.

Pemerintah Kota Batu melalui Dinas Pendapatan Daerah melakukan usaha-usaha peningkatan pendapatan pajak reklame secara optimal untuk mengisi kas daerah yang membiayai pembangunan. Di Kota Batu Pajak Reklame diatur dalam Peraturan Daerah Kota Batu No.4 Tahun 2017. Pemasangan, perijinan, dan pengelolaan reklame diatur oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu.

Berdasarkan sumber dari Koran Jawa Pos Radar Batu pada Selasa 3 Desember tahun 2019 yang menerangkan bahwa dari Januari sampai September, realisasi baru mencapai 52 persen atau Rp 421 juta dari target

Rp 800 juta, artinya target Pemerintah Kota Batu belum atau tidak mencapai target yang diharapkan.

Beberapa fenomena pemungutan pajak reklame yang masih belum maksimal atau belum sesuai dengan target yang di harapkan yaitu masih kurangnya kesadaran bagi wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak. Ketua Dinas Pendapatan Daerah kota Batu yaitu Bapak Choiri mengatakan secara keseluruhan pendapatan pajak daerah sebenarnya cukup bagus, namun beberapa sektor pendapatan masih kurang, salah satunya pajak reklame atau baliho yang masih belum menggembirakan, ini di karenakan Pemerintah Kota Batu membatasi dan meminimalisi berdirinya reklame di Kota Batu agar Kota Batu terlihat cantik dan indah. (wawancara, 12 januari 2020) Disisi lain, Ibu Wahyuning selaku Kasubid Penetapan Dan Pengolahan Data di bagian Dinas Pendapatan Daerah mengatakan bahwa Banyak sekali reklame di kota Batu yang mungkin masa ijinnya sudah habis tapi mereka belum mengurus perpanjangan wajib pajak atau sudah mengurus pajak reklame tapi masih dalam proses di perijinan sehingga di bagian Dinas Pendapatan Daerah muncul keraguan dalam pemungutan pajak reklame tersebut. (wawancara, 15 januari 2020), disamping itu juga bapak Hermawan selaku Kasubid Pendataan dan Penetapan Dispenda mengatakan salah satu faktor penyebab rendahnya pendapatan pajak reklame karena banyaknya reklame yang berdiri tanpa izin dan juga kurangnya kesadaran wajib pajak dalam memanfaatkan lahan daerah Kota Batu terhadap pajak reklame. (wawancara, 15 januari 2020)

Reklame yang tanpa izin masih marak di Kota Batu, ini dituturkan oleh bapak Deni selaku Kasi Pengendalian dan Operasi (Dalops) Satpol-PP Kota Batu, selama ini penertiban reklame illegal terus dilakukan. Dalam sehari saat penertiban, biasanya di temukan ada 70 hingga 100 reklame illegal. Reklame tersebut kebanyakan tidak berizin dan dipasang di tempat yang tidak dianjurkan. (wawancara, 15 januari 2020)

Persepsi masyarakat mengenai pajak reklame. *pertama* yang dikatakan oleh bapak Ilham sebagai wajib pajak yaitu sulitnya mendapatkan izin reklame dan juga lamanya di proses perizinan, sehingga membuat masyarakat wajib pajak reklame di Kota Batu lebih memilih memasang reklame tanpa izin atau illegal. (wawancara, 29 januari 2020) *Kedua* menurut bapak Andi karena adanya batasan pemasangan reklame dan juga sulitnya mendapatkan izin mengakibatkan banyak reklame illegal yang terpasang di Kota Batu. (wawancara, 29 januari 2020). Dengan Kebijakan pemerintah daerah Kota Batu yang menginginkan adanya perbaikan dan pengawasan dalam penyelenggaraan reklame serta dalam pelaksanaannya agar kesadaran wajib pajak mengetahui akan dampak yang ditimbulkan apabila melakukan pemasangan reklame secara ilegal. Dengan demikian, mekanisme kerja yang merupakan suatu proses organisasi memiliki arti penting didalam pencapaian tujuan organisasi yang telah di tetapkan, sama halnya dengan penerimaan Pajak Reklame jika tanpa adanya tata kerja yang baik serta partisipasi dan kerjasama dari seluruh lapisan masyarakat, maka tujuan akan sulit untuk dicapai.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Kota Batu yang merupakan kota wisata ingin menerapkan tata ruang kota yang indah dan nyaman dengan penataan pemasangan reklame agar tidak dipasang di sembarang tempat, Maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yang membahas masalah tersebut dengan judul “Kebijakan Tata Ruang Kota Dalam Pengaturan Reklame (Studi tentang Ketidakmaksimalan Pendapatan Asli Daerah Batu tahun 2017-2018)”.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah:

1. Mengapa pajak reklame di Kota Batu tahun 2017-2018 selalu menurun?
2. Bagaimana upaya Pemerintah Daerah meningkatkan dari pajak reklame tahun 2017-2018?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan, sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan pendapatan pajak reklame tahun 2017-2018 selalu menurun.
- 2) Untuk mengetahui upaya Pemerintah Daerah meningkatkan pajak dari reklame tahun 2017-2018.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian memiliki manfaat sebagai tindak lanjut dari apa yang telah dirumuskan dalam tujuan penelitian. Adapun manfaat penelitian tersebut, yaitu:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi Instansi, diharapkan dengan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengeluarkan dan melaksanakan kebijakan yang berkaitan dengan masalah.

- b. Bagi masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan juga kesadaran mengenai pajak reklame.

2. Manfaat Akademis

- a. Bagi penulis, untuk mengetahui dan memahami deskripsi mengenai “Kebijakan Tata Ruang Kota Dalam Pengaturan Reklame (Studi Ketidakmaksimalan Pajak Reklame Tahun 2017-2018)”.
- b. Bagi mahasiswa fakultas ilmu administrasi, dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan Kebijakan Tata Ruang Kota Dalam Pengaturan Reklame (Studi Ketidakmaksimalan Pajak Reklame Tahun 2017- 2018)”
- c. Bagi Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu, Sebagai bahan evaluasi kinerja Dinas Pendapatan Kota Batu dan sebagai bahan rujukan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembuatan kebijakan- kebijakan baru terkait program kerja Dinas Pendapatan Kota Batu.

BAB V

PENUTUPAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan Kota Batu adalah kota wisata yang ingin menonjolkan keindahan dan tata ruang kota yang rapi. Tetapi disisi lain Kota Batu membutuhkan Pendapatan Asli Daerah yang tinggi untuk menumbuhkan ekonomi baik yang bisa menunjang kebutuhan Kota Batu sendiri, Tetapi dalam prakteknya khususnya bagi sektor reklame angka yang telah ditetapkan oleh dinas perpajakan menurun setiap tahunnya.

Problematika yang terjadi karena kota batu lebih menonjolkan sisi keindahan kota dan mengurangi pemasangan reklame dalam bentuk umbul-umbul atau banner di setiap sudut kotanya, hal itu membuat Pendapatan asli daerah dari kota batu menurun di setiap tahunnya khususnya dari sektor reklame itu sendiri. Disini peran dari satuan polisi pamong praja harus disiplin dan gerak aktif untuk melihat dan menindak reklame khususnya yang berada di luar konteks pemasangan seperti reklame yang menghalangi jalan dan pemandangan dari kota batu sendiri, dan juga dari dinas perizinan harus proaktif untuk mengontrol perizinan dari pemasangan reklame itu sendiri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberi saran untuk pihak yang terlibat dalam pelaksanaanya sebagai berikut:

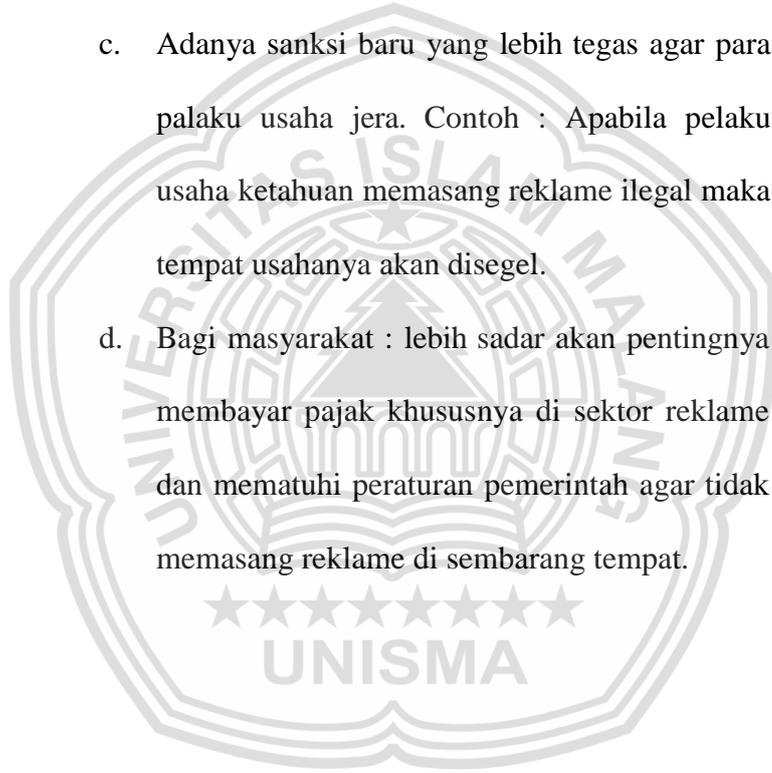
- a. Bagi pemerintah : yang harus dilakukan oleh pemerintah kota



batu terus melakukan sosialisasi secara masif kepada pengguna reklame bahwa untuk reklame dalam bentuk banner akan diganti dengan reklame digital.



- b. Target yang selalu konsisten setiap tahunnya seperti apa yang sudah dibahas oleh peneliti di atas bahwa angka nominal dari sektor reklame terus menurun, meskipun mencapai target yang telah ditetapkan tetapi angka yang dipatok terus menurun setiap tahunnya
- c. Adanya sanksi baru yang lebih tegas agar para pelaku usaha jera. Contoh : Apabila pelaku usaha ketahuan memasang reklame ilegal maka tempat usahanya akan disegel.
- d. Bagi masyarakat : lebih sadar akan pentingnya membayar pajak khususnya di sektor reklame dan mematuhi peraturan pemerintah agar tidak memasang reklame di sembarang tempat.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Dunn, W. N. 2003. Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal 132.
- Lexy J. Moleong. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosda Karya. Hal. 8.
- Tangkilisan, Hessel Nogi. S, 2003, Implementasi Kebijakan Publik, Jakarta: Lukman Offset. Hal. 12.
- Fandy Hutari, H. Solichin Abdul Wahab. 2012 Analisis Kebijakan. Bumi Aksara. Hal. 6.
- Prof. H Tachjan. 2003. Implementasi Kebijakan Publik, Jakarta: Lukman Offset. Hal 13.
- Irfan Islamy. 2007. Perumusan Kebijakan Negara. Bumi Aksara. Hal 14.
- Ahmad, Zainal Arifin. 2012 .Perencanaan Pembelajaran: dari Desain sampai Implementasi. Yogyakarta: PT Pustaka Insan Madani. Hal. 305.
- Miles, M.B Huberman, A.M dan Saldana, J 2014 Qualitative Data Analyysis A Methods Sourcebook, edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjejep Rohindi Rohidi. Hal 14.
- Subarsono. 2006. *Analisis Kebijakan Publik : Konsep, teori Dan aplikasi*. Pustaka Pelajar. Hal 13.
- Budiharjo, Eko. 2004. *Arsitektur dan Kota di Indonesia*. Alumni. Hal 8
- Zain, Mohammad. 2008. Manajemen Perpajakan. Salemba Empat: Jakarta. Hal 23.
- Siahaan, Marihot P. 2010. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Brantas. 2009. Dasar-Dasar Manajemen. Bandung: Alfabeta. Hal 190
- Stanton, William J, 2000, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Indeks, Jakarta.

Sumber Skripsi:

Irsandy Oktavido, 2014. Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Daerah sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Batu. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Ayu Puspitasari, 2014. Analisis Efektivitas, Efisiensi Kontribusi Pajak Dan Retribusi Daerah Terhadap Peningkatan PAD Kabupaten Blora Tahun 2014-2019. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Agustin P. Amelia, 2016. Analisis Keberhasilan Pemungutan Pajak Dan Retribusi Daerah Di Kota Batu Terhadap Pendapatan Asli Daerah. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.

Peraturan Perundang-undangan :

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah.

Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 4 Tahun 2017 tentang Pajak Reklame.

Sumber Jurnal & Skripsi:

Ramdhani, Abdullah and Ramdhani, Muhammad Ali. 2016. *Konsep Umum Pelaksanaan Kebijakan Publik*. Jurnal Publik, 11 (1). pp. 1-12

Widayati dan Nurlis. 2010. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemauan untuk Membayar Pajak WAjib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas (Studi Kasus pada KPP Pratama Gambir Tiga)". Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto.



Supadmi. 2010. “Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kualitas”. Jurnal Akuntansi dan Bisnis : Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.

Sumber Media:

Koran Jawa Pos Radar Malang. *Pajak Reklame Masih Lesu.*

Terbit: Selasa 3 Desember 2019.

