

ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME DI KOTA BUKITTINGGI

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Pajak (DIII)

Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya



Oleh :

SULTAN MUHAMMAD ILHAM

2016/16233102

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PAJAK

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2019

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

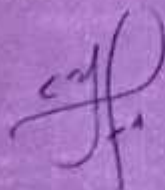
ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME KOTA BUKITTINGGI

Nama : SULTAN MUHAMMAD ILHAM
NIM : 16233102
Program Studi : Diploma III Manajemen Pajak
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juli 2019

Diketahui Oleh :
Koordinator Program Studi
Diploma III Manajemen Pajak

Disetujui Oleh :
Pembimbing



Chichi Andriani, SE.MM
NIP.19840107 200912 2 002



Hendri Andi Mesta, SE.MM.Ak
NIP.19741125 200501 1 002

PENGESAHAN TUGAS AKHIR


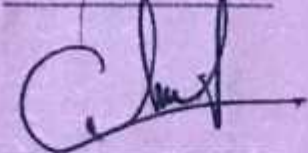

ANALISIS POTENSI PAJAK REKLAME KOTA BUKITTINGGI

Nama : SULTAN MUHAMMAD ILHAM
NIM/BP : 16233102/2016
Program Studi : Diploma III Manajemen Pajak
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pajak
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2019

Tim Penguji

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Hendri Andi Mesta, SE, MM.Ak	(Ketua)	
2. Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd	(Anggota)	
3. Rani Sofya, S.Pd, M.Pd	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SULTAN MUHAMMAD ILHAM
NIM / TM : 16233102 / 2016
Tempat/Tgl Lahir : Padang/16 Juli 1996
Program Studi : Manajemen Pajak (DIII)
Keahlian :
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl.Mesjid Nurussalam No.57c Parupuk Tabing , Simp gia
padang
Judul Tugas Akhir : Analisis Potensi Pajak Reklame Di Kota Bukittinggi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Agustus 2019
Yang menyatakan,

Sultan Muhammad Ilham
NIM. 16233102

ABSTRAK

Sultan Muhammad Ilham : Analisis Potensi Pajak Reklame Di Kota Bukittinggi.

Pembimbing : Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak.

Tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah untuk menganalisis berapa potensi Pajak Reklame di Kota Bukittinggi. Pajak reklame merupakan salah satu jenis dari pajak yang ada di kota Bukittinggi. Dimana keberadaannya sangat penting sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Keberadaan pajak reklame ini diharapkan menjadi sumber penerimaan yang utama mengingat kondisi dan potensi daerah yang dimiliki Kota Bukittinggi. Namun dalam realisasinya, keberadaan pajak reklame ini kurang optimal pemungutannya dimana nilai dan pertumbuhannya dari tahun 2015 hingga 2018 relatif mengalami penurunan bahkan dengan nilai yang tidak mencapai target yang telah ditentukan. Realisasi penerimaan pajak reklame Dinas Keuangan Kota Bukittinggi menunjukkan bahwa potensi pajak reklame yang ada belum tergali secara optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa realisasi penerimaan pajak reklame masih belum tercapai dari target yang di harapkan pemerintah. Penggalan potensi pajak reklame dapat diperoleh dari sektor-sektor lain yang berpotensi meningkatkan pajak reklame di Kota Bukittinggi.

Kata Kunci : Pajak Reklame, Potensi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis sehingga penulis bisa menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini, berjudul **“Analisis Potensi Pajak Reklame Di Kota Bukittinggi”**. Tugas Akhir ini merupakan persyaratan yang harus dipenuhi sebagai pelengkap mata kuliah dan untuk dapat menyelesaikan program studi Diploma III pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Teristimewa untuk Ayah, Ibunda dan Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, cinta, dan doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Hendri Andi Mesta, SE,MM.Ak. selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran, serta nasehat dalam berbagai hal terutama dalam penyusunan Tugas Akhir ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
3. Ibuk Chichi Andriani, SE, MM. selaku koordinator program Diploma III Manajemen Pajak Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak dan ibu dosen, staf pengajar dan karyawan studi DIII FE UNP yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
5. Pegawai Dinas Badan Keuangan Kota Bukittinggi yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penelitian ini.
6. Sahabat-sahabat terkhusus : Puri Prameswari, Bambang Prasetyo, Alfadio Mountsila dan Rifki Muhammad yang telah memberikan dukungan dan nasehat kepada saya.
7. Teman-teman mahasiswa program studi Diploma III Manajemen Pajak Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Selain itu, penulis menyadari bahwa didalam penelitian Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka penulis mohon kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata penulis berharap agar semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Padang, Agustus 2019

Sultan Muhammad Ilham

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LatarBelakang.....	1
B. RumusanMasalah	6
C. TujuanPenelitian.....	6
D. ManfaatPenelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Pendapatan Asli Daerah	8
B. Pajak Daerah.....	9
A. Pengertian Pajak Daerah	9
B. Jenis Pajak Daerah	10
C. Pajak Reklame	11
A. Pengertian Pajak Reklame	11
B. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame	11
C. Objek Pajak Reklame.....	12
D. Subjek Dan Wajib Pajak Reklame	13
E. Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame	14
F. Cara Perhitungan Pajak Reklame.....	14
G. Potensi.....	15
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	17
A. Bentuk Penelitian.....	17
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17
C. Rancangan Penelitian	18
BAB IV PEMBAHASAN	21
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	21
1. Struktur Organisasi Badan Keuangan Kota Bukittinggi.....	21
B. Pembahasan	40

BAB V PENUTUP	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Realisasi dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2015-2018	5
2. Jenis dan Jumlah Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2015-2018.....	6
3. Selisih Perbandingan Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2015-2018.....	40
4. Realisasi Pajak Reklame yang Diperoleh Dinas Keuangan Kota Bukittinggi.....	41
5. Persentase Kenaikan Penerimaan Pajak Reklame.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Struktur Organisasi Badan Keuangan Kota Bukittinggi.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pengajuan Observasi.....	51
2. Surat Balasan Observasi.....	52
3. Tabel Target dan Realisasi PAD Kota Bukittinggi Tahun 2015-2018.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap daerah dituntut untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) guna membiayai urusan rumah tangganya sendiri. Peningkatan ini ditujukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik sehingga dapat menciptakan tata pemerintah yang lebih baik (*good governance*). Oleh karena itu, perlu dilakukan usaha-usaha untuk meningkatkan penerimaan dari sumber-sumber penerimaan daerah, salah satunya dengan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Untuk mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah beberapa pos pendapatan asli daerah harus ditingkatkan antara lain pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain PAD yang sah.

Pajak Daerah memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap Pendapatan Asli Daerah. Kontribusi pajak daerah sangat di andalkan sebagai sumber pembiayaan daerah dalam rangka mencapai kesuksesan pembangunan daerah. Sumber-sumber penerimaan daerah yang potensial harus digali secara maksimal sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Salah satu pajak daerah yang memiliki kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bukittinggi adalah pajak reklame.

Dengan diberlakukannya Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, daerah mendapat peluang untuk menggali secara maksimal sumber dana yang ada didaerahnya, dengan tetap memperhatikan kondisi ekonomi dan sosial daerah serta unsur legalitas. Dalam Undang-undang tersebut, pemerintah daerah diizinkan memungut sebelas jenis pajak daerah, diantaranya pajak reklame.

Pemerintah Kota Bukittinggi merespon Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 dengan menerbitkan Peraturan Daerah (PERDA) nomor 6 tahun 2012 tentang pajak reklame, dimana pajak reklame menjadi salah satu pajak daerah Kota Bukittinggi. Kemudian ditindak lanjuti dengan menerbitkan Peraturan Wali Kota Bukittinggi (PERWAKO) nomor 31 tahun 2015 tentang Sistim dan Prosedur Akuntansi Keuangan.

Kota Bukittinggi merupakan tempat jalur perdagangan yang strategis di Provinsi Sumatera Barat, menyebabkan banyak investor/pengusaha baik dari dalam maupun dari luar yang masuk dan membuka usaha di Kota Bukittinggi. Saat ini reklame merupakan senjata yang paling ampuh dalam mempengaruhi konsumen dalam pola konsumtif mereka. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan berusaha untuk menarik perhatian konsumen dengan cara melakukan promosi-promosi baik untuk memperkenalkan maupun memasarkan produknya menggunakan media reklame.

Perkembangan jumlah reklame pun meningkat tajam dan memiliki potensi yang sangat baik karena di dukung letak Kota Bukittinggi yang strategis.

Penulis sudah melakukan wawancara ke Dinas Badan Keuangan Kota Bukittinggi pada tanggal 4 Juli 2019 dengan berbicara langsung dengan Anggota Bidang Pendapatan Bapak Ari Fajri dan menyebutkan Bahwa peningkatan jumlah reklame yang ada tidak diimbangi dengan pengawasan yang ketat dari pihak Pemerintah Kota Bukittinggi.

Ditemukan banyak terjadi kasus-kasus penyimpangan dan kecurangan yang terjadi dilapangan. Ketika disinggung mengenai kecurangan-kecurangan yang terjadi dilapangan, ada beberapa fenomena-fenomena yang terjadi terhadap pajak reklame seperti masih adanya berdiri papan reklame ilegal yang tidak membayar pajak. Ada pula reklame yang sudah habis masa pajaknya dan ternyata masih ada sebagian yang masih yang berdiri, seharusnya papan reklame yang sudah habis masa pajaknya tidak terpasang lagi karena merugikan Pemerintah dari segi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dan ada pula kasus papan reklame yang mengiklankan suatu produk berubah-ubah dilapangan, disebabkan ulah biro reklame. masih kurangnya pengawasan yang dilakukan pemerintah untuk terjun kelapangan memantau kecurangan-kecurangan yang terjadi, sehingga mengakibatkan target pajak reklame tidak tercapai.

Disini pemerintah Kota Bukittinggi melalui Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi telah melakukan upaya untuk meningkatkan realisasi penerimaan berbagai jenis pajak termasuk pajak reklame. Kepala

Dinas Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi Heriman di Bukittinggi (5/10), mengatakan upaya untuk menggenjot realisasi penerimaan berbagai jenis pajak dan retribusi sudah dilakukan, termasuk memasang pengumuman pada objek wajib pajak (WP) yang belum memenuhi kewajibannya di tempat masing-masing. "Usaha ini, ternyata belum begitu manjur karena hanya sampai di situlah tindakan yang bisa dilakukan petugas. Perda yang mengatur tentang kedua pajak ini tidak dapat memaksa WP untuk membayarkan kewajibannya. Karena, tidak memiliki klausul yang bisa mencabut izin usaha rumah makan atau restoran yang bandel tersebut," ujar Heriman.

Dengan adanya fenomena-fenomena tersebut, pemmasalahan-permasalahan yang terjadi dilapangan baik secara teknis maupun non teknis sebaiknya dapat segera teratasi dengan baik, kedepannya oleh Dinas Badan Keuangan Kota Bukittinggi dan juga dapat meningkatkan potensi pajak reklame yang ada dengan sebaik-baiknya. Pajak reklame memiliki peran penting sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), maka Pemerintahan Kota Bukittinggi berusaha memungut pajak reklame secara profesional dan transparan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan serta dapat mencapai target realisasi penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan dalam rangka optimalisasi dan usaha meningkatkan kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pajak reklame adalah biaya yang dibayarkan atas segala bentuk penyelenggaraan reklame. Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak yang dikelola oleh Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi yang telah ditetapkan dalam ketentuan Peraturan Daerah Kota Bukittinggi Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Pajak Reklame. Pemerintah bisa mendapatkan penerimaan lebih atas pajak reklame karena masih ada potensi yang masih tersembunyi dan belum tergali dengan baik yang dilakukan Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi. Berikut adalah tabel realisasi penerimaan pajak reklame Kota Bukittinggi tahun 2015-2018:

Tabel 1. Realisasi Dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2015 -2018

No	Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	%
1	2015	645.000.000	449.094.696	69,63
2	2016	445.000.000	458.027.476	102,93
3	2017	1.500.000.000	827.771.068	55,18
4	2018	1.500.000.000	1.158.677.149	77,25
Jumlah		4.090.000.000	2.893.570.389	76,25

Sumber : Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi (2019)

Berdasarkan tabel 1, Kota Bukittinggi memiliki sumber penerimaan yang cukup besar dari sektor pajak reklame, akan tetapi belum dapat dimanfaatkan potensinya secara maksimal dikarenakan masih ada potensi pajak reklame yang belum terjangkau oleh Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi. Dapat dilihat dari tabel 1, pada tahun 2015 hingga 2018 apa yang ditargetkan oleh Pemerintah Daerah belum terealisasi dengan baik, tetapi untuk tahun 2016 realisasi melebihi target.

Berikut data mengenai jenis dan jumlah reklame yang ada di Kota Bukittinggi tahun 2015 hingga 2018 :

Tabel 2. Jenis dan Jumlah Reklame Kota Bukittinggi Tahun 2015-2018.

Jenis Reklame	Jumlah per Unit			
	2015	2016	2017	2018
Reklame Merk/ Billboard/ Videotron/ Megatron.	1.088	1.196	1.176	922
Reklame Kain	55	11	63	133
Reklame Berjalan	7	9	11	8
Total	1.150	1.216	1.250	1.063

Sumber : Badan Keuangan Daerah Kota Bukittinggi (2019)

Dapat kita lihat dari tabel 2 bahwa jumlah papan reklame di Kota Bukittinggi dari 2015 hingga 2017 jumlahnya mengalami peningkatan, khususnya untuk tahun 2016 jumlah papan reklame mengalami kenaikan yang sangat signifikan sebanyak 1250 papan reklame, tetapi untuk tahun 2018 jumlah papan reklame justru mengalami penurunan menjadi 1063 .

Oleh karena itu, dengan adanya penerimaan pajak reklame Di Kota Bukittinggi Pendapatan Asli Daerah akan mengalami peningkatan karena potensinya sangat besar, tiap tahun pengusaha yang menggunakan media periklanan (reklame) untuk tujuan komersial jumlahnya terus meningkat. Berdasarkan dari uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk tugas akhir dengan topik yang berjudul “**Analisis Potensi Pajak Reklame Kota Bukittinggi**”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini berdasarkan dari uraian latar belakang yaitu bagaimana potensi Pajak Reklame di Kota Bukittinggi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui potensi Pajak Reklame di Kota Bukittinggi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis tentang Pendapatan Asli Daerah (PAD) khususnya dari sektor Pajak Reklame.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan saran bagi pemerintah daerah dalam mengambil kebijakan-kebijakan dalam rangka menjalankan usaha untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor Pajak Reklame

3. Bagi Universitas Negeri Padang

Diharapkan dapat memberikan informasi dan salah satu sumber referensi kajian teori bagi peneliti yang berminat pada bidang dan topik permasalahan yang sama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adanya potensi pajak reklame yang belum tergali secara maksimal oleh Pemerintah Kota Bukittinggi yang terlihat dari selisih perbandingan realisasi penerimaan pajak reklame tahun 2015-2018 dengan target penerimaan pajak reklame yang telah ditetapkan. Hasil analisis perhitungan menunjukkan bahwa potensi penerimaan pajak reklame tahun 2019 yang dapat digali oleh Badan Keuangan Kota Bukittinggi sebesar Rp 623.729.517,2. Potensi tersebut dapat direalisasikan dengan meningkatkan upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bukittinggi untuk mengatasi hambatan dalam pencapaiannya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis kemukakan, maka penulis memberikan saran serta masukan kepada sebagai berikut :

1. Hendaknya Badan Keuangan Kota Bukittinggi melakukan evaluasi secara berkala mengenai tarif yang disesuaikan dengan tingkat kemakmuran masyarakat dan pendapatan perkapita serta kondisi daerah pengawasan yang lebih ketat lagi terhadap penyelenggaraan perizinan reklame dan pemungutan pajak reklame agar tidak terjadi penyimpangan dalam pemungutan dan pelaporan penerimaan pajak reklame.

2. Pemerintah daerah Kota Bukittinggi hendaknya melaksanakan sosialisasi tentang pajak reklame ataupun pajak daerah. Dengan adanya sosialisai tersebut di harapkan masyarakat yang belum mengerti tata cara bagaimana cara membayar pajak serta mengurus pajak dan syaratnya masyarakat tahu sipakah objek dan subjek pajak reklame dan tarifnya. Sehingga masyarakat bisa memahami pentingnya membayar pajak bagi pembangunan daerah yang pada akhirnya akan dinikmati oleh masyarakat secara keseluruhan.
3. Hendaknya Pemerintah Kota Bukittinggi menambahkan tempat atau titik-titik baru dan strategis untuk reklame. Dengan adanya penambahan tempat dan wilayah pemasangan reklame yang baru pemerintah dapat meningkatkan pendapatan asli daerah kota bukittinggi dari sektor pajak reklame.
4. Sumber daya manusia mempunyai pengaruh yang lebih baik untuk menunjang pelaksanaan pemungutan pajak daerah di Kota Bukittinggi khususnya pajak reklame. Sumber daya manusia yang dimaksud adalah staf yang cukup yang mendukung jalannya pelaksanaan pemungutan pajak reklame di kantor Badan Keuangan Kota Bukittinggi. Oleh karena itu, di perlukannya staf yang cukup serta memiliki kemampuan yang sesuai untuk menjalankan tugasnya tersebut.

5. Diharapkan masyarakat Kota Bukittinggi khususnya wajib pajak reklame untuk dapat berperan dalam meningkatkan penerimaan daerah dari sektor pajak reklame dengan taat dan patuh akan kewajiban perpajakannya sabagai wajib pajak reklame.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kota Bukittinggi Dalam Angka 2018*. Bukittinggi : CV. Sarana Multi Abadi.
- Mahmudi. 2010. *Manajemen Keuangan Daerah*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Mardiasmo. 2010. *Perpajakan*.
- Marihot P. Siahaan. 2016. *Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah Edisi Revisi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Moh Nazir. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Peraturan Walikota Bukittinggi Nomor 31 Tahun 2015 Tentang Sistem Dan Prosedur Akuntansi Keuangan Daerah.*
- Peraturan Daerah Kota Bukittinggi Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Pajak Reklame*
- Suhanda. 2010. *Akuntansi Keuanga Pemerintah Daerah*. Padang: Andalas Lima Sisi.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dengan Pemerintah Daerah.*
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah.*
- Wokas, Heince R.N Dan Rezlyanti Kobandaha. 2016. *Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Dan Potensi Pajak Reklame Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Mobagu*. Manado : Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174 Vol.4 No.1:1461-1472.