

## **EDUKASI TENTANG PAJAK REKLAME KEPADA PELAKU USAHA UNTUK MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK DAERAH KOTA SURABAYA**

**Yogi Nur Hidayat, Fauzatul Laily Nisa, Renny Oktafia**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur  
*yoginurhidayat61@gmail.com*

### **Abstract**

Taxes are the main source of government funding to carry out development and improve public welfare. Billboard tax, as part of the Regional Original Revenue (PAD), has an important role in supporting the development of Surabaya City. However, the low awareness and understanding of business actors towards billboard tax often become obstacles, such as the existence of illegal billboards, unregistered billboards and tax arrears. These obstacles hinder the increase of tax revenue that should be able to contribute greatly to the city's development. As a solution, an education programme on billboard tax was implemented to increase the awareness and understanding of businesses on the importance of tax. This education is done in person so that businesses understand their obligations and realise the real benefits of taxes, such as infrastructure improvements and improved public services. Consistent education can overcome challenges such as lack of information and low trust in the government. As a result, business compliance in paying billboard tax has increased, which has a positive impact on PAD revenue. With more optimised tax revenue, the government can provide better facilities and infrastructure for the community. In addition, this education creates synergy between the government and businesses, supporting sustainable city development, a more orderly city layout, and the welfare of the people of Surabaya. Billboard tax education has proven to be a strategic step in local tax management.

*Keywords: Tax, Billboard, Education, Revenue.*

### **Abstrak**

Pajak merupakan sumber utama pendanaan pemerintah untuk melaksanakan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pajak reklame, sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan Kota Surabaya. Namun, rendahnya kesadaran dan pemahaman pelaku usaha terhadap pajak reklame kerap menjadi kendala, seperti adanya reklame liar, reklame tidak terdaftar dan tunggakan pajak. Hambatan ini menghambat peningkatan penerimaan pajak yang semestinya dapat berkontribusi besar pada pembangunan kota. Sebagai solusi, program edukasi tentang pajak reklame diterapkan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya pajak. Edukasi ini dilakukan secara langsung sehingga pelaku usaha memahami kewajiban mereka dan menyadari manfaat nyata pajak, seperti perbaikan infrastruktur dan peningkatan layanan publik. Edukasi yang konsisten mampu mengatasi tantangan seperti kurangnya informasi dan rendahnya kepercayaan terhadap pemerintah. Hasilnya, kepatuhan pelaku usaha dalam membayar pajak reklame meningkat, yang berdampak positif pada penerimaan PAD. Dengan penerimaan pajak yang lebih optimal, pemerintah dapat menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang lebih baik untuk masyarakat. Selain itu, edukasi ini menciptakan sinergi antara pemerintah dan pelaku usaha, mendukung pembangunan kota yang berkelanjutan, tata kota yang lebih tertib, dan kesejahteraan masyarakat Surabaya. Edukasi pajak reklame terbukti menjadi langkah strategis dalam pengelolaan pajak daerah.

*Keywords: Pajak, Reklame, Edukasi, Penerimaan.*

## PENDAHULUAN

Dalam pelaksanaan rencana pemerintahan serta menjalankan pembangunan, dana dengan jumlah yang besar menjadi hal yang penting. Dana yang digunakan merupakan hasil dari pengelolaan sumber daya, baik hasil pengelolaan sumber daya alam maupun pajak yang wajib dari masyarakat (Rusli & Nainggolan, 2021). Pajak adalah iuran wajib oleh masyarakat dalam kegiatan perekonomian yang dilakukan. Peran pajak menjadi suatu hal yang penting dalam proses pelaksanaan rencana pemerintahan yang mencakup pembangunan dan sebagainya (Pohan & Aslami, 2023).

Pembangunan ekonomi daerah yang dilakukan oleh Pemerintah Kota, menjadi langkah awal dalam pelaksanaan pembangunan. Maka dari itu, diharapkan pemerintah daerah dapat lebih memahami potensi serta kebutuhan spesifik dari daerah tersebut. Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses yang melibatkan pemerintah daerah bersama seluruh masyarakat untuk mengelola segala sumber daya yang tersedia untuk mendorong aktivitas ekonomi pada wilayah tersebut (Sihombing & Tambunan, 2020). Seluruh pemerintah daerah Indonesia memiliki tugas untuk merancang strategi untuk memaksimalkan pendapatan pada daerahnya masing-masing. Salah satu yang menjadi solusi adalah dengan mengoptimalkan pendapatan asli daerah (PAD).

Menurut Mardiasmo (dalam Yulia, 2020), Pendapatan Asli Daerah (PAD) diartikan sebagai pemasukan yang diperoleh daerah dari pajak, retribusi, keuntungan dari perusahaan daerah, hasil pengelolaan aset daerah yang terpisah, dan sumber lain yang

sah. Pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD) yang memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan daerah (Yasin, 2020). Di Kota Surabaya, keberadaan reklame sebagai media promosi banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada masyarakat (Adha et al., 2023). Namun, tingkat pemahaman pelaku usaha mengenai pajak reklame sering kali masih rendah, sehingga berpotensi menyebabkan ketidakpatuhan dalam membayar pajak dan berkurangnya penerimaan pajak daerah.

Ketidakpatuhan dapat terjadi karena wajib pajak yang kurang memiliki kesadaran, ketidaktahuan dan lalai untuk membayar pajak, yang mengakibatkan masih adanya reklame liar dan banyaknya jumlah perizinan pemasangan yang sudah jatuh tempo namun tidak memperpanjang perizinan sehingga menimbulkan tunggakan pajak yang menumpuk (Romadhona, 2024). Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi pemerintah daerah dalam mengoptimalkan penerimaan pajak reklame, yang seharusnya dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pembiayaan pembangunan Kota Surabaya.

Kegiatan edukasi tentang pajak reklame menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan ini. Edukasi bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku usaha mengenai pentingnya mematuhi peraturan pajak reklame, prosedur yang harus diikuti, serta manfaat yang dapat diperoleh, baik bagi pelaku usaha maupun bagi masyarakat secara umum. Dengan pemahaman yang lebih baik, pelaku usaha diharapkan dapat lebih sadar akan tanggung jawab perpajakan mereka.

Kegiatan ini juga bertujuan untuk mendukung program pemerintah Kota Surabaya dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah. Pajak reklame yang dikelola dengan baik tidak hanya meningkatkan PAD, tetapi juga menciptakan keteraturan dan keindahan tata kota melalui pengelolaan reklame yang sesuai aturan. Dengan demikian, edukasi ini tidak hanya berfokus pada aspek keuangan, tetapi juga pada dampak positif yang lebih luas.

Melalui program edukasi ini, diharapkan pelaku usaha di Kota Surabaya dapat memahami dan memenuhi kewajiban pajak reklame secara lebih baik. Pada akhirnya, upaya ini dapat berkontribusi pada peningkatan penerimaan pajak daerah yang lebih optimal, mendukung pembangunan Kota Surabaya, dan menciptakan sinergi yang lebih baik antara pemerintah dan pelaku usaha.

## **METODE**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia metode adalah proses kerja yang terstruktur untuk mempermudah pelaksanaan tugas dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Metode pengabdian ini menggunakan metode edukasi langsung kepada wajib pajak. Menyampaikan edukasi secara langsung kepada masyarakat merupakan cara yang lebih efisien dan efektif untuk membantu mereka memahami suatu informasi dengan baik (Aulia et al., 2021). Edukasi adalah proses berbagi pengetahuan dengan tujuan membantu masyarakat memahami suatu hal dengan lebih mendalam dan jelas (M Taufan Umasugi, 2021). Edukasi langsung kepada masyarakat merupakan metode yang efektif untuk menyampaikan pengetahuan, sehingga membantu mereka memahami informasi secara lebih mendalam dan jelas.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian, terdapat beberapa prosedur, yaitu: (1) tindakan langsung dengan memberikan edukasi dan pemahaman tentang pentingnya kepatuhan pajak, (2) evaluasi terhadap pelaku usaha setelah edukasi dilakukan untuk menilai apakah pendekatan edukasi tersebut telah berjalan secara efektif dan efisien. Menurut (Pratama & Hartono, 2022) dalam Purnamasari Prosedur adalah panduan kerja yang dirancang secara rinci dan terperinci untuk menjadi pedoman bagi setiap karyawan dalam melaksanakan tugasnya, selaras dengan visi, misi, dan tujuan suatu instansi atau organisasi.

Pengabdian dilaksanakan selama 4 bulan, dimulai dari tanggal 20 September s.d 18 Desember 2024. Lokasi pengabdian berada di Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya, berada di Jl. Jimerto No.25-27, Ketabang, Kec. Genteng, Surabaya, Jawa Timur.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengetahuan pajak adalah informasi yang memberikan pemahaman kepada wajib pajak sebagai landasan untuk bertindak, mengambil keputusan, dan menentukan kebijakan terkait pemenuhan hak dan kewajiban mereka di bidang perpajakan (Susanti et al., 2020). Peningkatan penerimaan pajak reklame setelah program edukasi menunjukkan bahwa kesadaran dan pemahaman pelaku usaha merupakan kunci keberhasilan dalam pengelolaan pajak daerah. Banyak pelaku usaha sebelumnya tidak mengetahui mengenai aturan pajak reklame dan tata cara pelaporan. Meskipun masih ada beberapa kendala dalam penyampaian edukasi, tapi hal tersebut masih dapat teratasi. Penyampaian edukasi dilakukan dengan komunikasi informal,

artinya menggunakan bahasa yang lebih santai dan lebih mengikuti alur percakapan yang spontan. Komunikasi informal memiliki hubungan yang positif dengan efektivitas kerja karyawan (Azizah & Fauzany, 2021). Selain itu, dengan dilakukan edukasi kepada pelaku usaha pajak daerah khususnya sektor pajak reklame meningkat. Hal ini menjadikan edukasi sebagai program yang sukses untuk menaikkan pajak daerah. Adapun prosedur yang dilakukan dalam penyampaian edukasi supaya komunikasi sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP)

#### **A. Wawasan Pelaku Usaha Tetang Pajak Meningkatkan**

Peningkatan wawasan pelaku usaha tentang pajak merupakan salah satu hasil positif dari program edukasi yang telah dilakukan. Sebelum adanya program ini, banyak pelaku usaha yang kurang memahami aspek-aspek penting terkait pajak khususnya pajak reklame. Hal ini menjadi tantangan dan penyebab rendahnya tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku usaha. Melalui program edukasi, pelaku usaha mendapatkan informasi yang lebih jelas dan detail tentang pentingnya pajak sebagai sumber pendapatan daerah. Mereka juga lebih memahami bagaimana pajak khususnya pajak reklame berkontribusi pada pembangunan kota, seperti pembangunan infrastruktur dan peningkatan layanan publik. Diskusi secara informal dan interaktif yang dilakukan selama sesi edukasi memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk bertanya langsung mengenai hal apa saja yang mereka anggap membingungkan.

Pendekatan ini membantu menghilangkan kesalahpahaman atau ketidakpastian terkait aturan perpajakan.

Dengan wawasan yang lebih baik, pelaku usaha kini tidak hanya memandang pajak sebagai kewajiban, tetapi juga sebagai bentuk kontribusi positif bagi kemajuan kota Surabaya. Pentingnya edukasi yang terus berkelanjutan, sehingga peningkatan wawasan dapat berdampak jangka panjang pada kepatuhan pajak dan penerimaan daerah.



**Gambar 1: Penyampaian Edukasi**

#### **B. Hambatan Yang Dihadapi Saat Melakukan Edukasi**

Hambatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah situasi yang membatasi, menghambat, atau mencegah tercapainya tujuan yang diinginkan. Hambatan saat menyampaikan edukasi merupakan situasi yang harus diselesaikan untuk suksesnya program. Sebagian pelaku usaha tidak dapat berkontribusi dalam edukasi dan tidak mampu memahami pentingnya pajak terhadap pembangunan berkelanjutan, terutama pelaku usaha kelas menengah kebawah. Pelaku usaha kelas menengah kebawah

kurang berkontribusi dalam edukasi ini disebabkan oleh (1) Keterbatasan informasi mengenai kebijakan pajak, pelaku usaha kurang paham mengenai aturan dan prosedur yang berkaitan dengan perpajakan (2) Pendapatan yang kurang atau tidak cukup untuk membayar pajak, pelaku usaha sering mengeluhkan hal tersebut dikarenakan pendapatannya sangat minim dan tidak sebanding dengan modal yang dikeluarkan (3) Kurang percaya terhadap pemerintah dalam pengelolaan pajak, mereka merasa bahwa pajak yang telah dibayarkan tidak memberikan fungsi dan manfaat langsung kepada usaha.

Hambatan dalam edukasi pajak khususnya pajak reklame adalah pandangan bahwa pajak tersebut hanya membebani pelaku usaha tanpa memberikan manfaat yang jelas. Banyak pelaku usaha merasa bahwa pajak reklame hanyalah kewajiban administratif yang tidak berdampak langsung pada perkembangan bisnis mereka. Pemerintah perlu melakukan edukasi dan komunikasi yang lebih transparan dan akuntabel, agar pelaku usaha dapat memahami bahwa pajak reklame merupakan bagian dari upaya bersama untuk mendukung pembangunan kota yang berkelanjutan dan kemajuan ekonomi daerah.

Selain itu dampak dari hambatan ini yaitu menurunnya efektivitas penerimaan pajak reklame. Efektivitas adalah gambaran tentang tingkat keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan (Asiah, 2016). Hal ini mencerminkan sejauh mana sasaran yang telah ditetapkan dapat terpenuhi dengan baik.

**Tabel 1. Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame 2019 s.d 2023**

No	Tahun	Target (dalam Miliar Rupiah)	Realisasi (Dalam Miliar Rupiah)	Presentase
1	2019	Rp145,43	Rp145,83	100,28%
2	2020	Rp107,72	Rp110,18	102,28%
3	2021	Rp145,29	Rp118,40	81,49%
4	2022	Rp148,31	Rp128,28	86,49%
5	2023	Rp185,31	Rp142,63	76,97%

Kondisi ini tentu merugikan, mengingat pajak reklame sebenarnya dapat dimanfaatkan untuk pembangunan dan peningkatan infrastruktur kota, seperti jalan, taman, dan fasilitas publik lainnya. Jika masalah ini tidak segera diselesaikan, dampaknya tidak hanya mengganggu pendapatan daerah, tetapi juga timbul masalah sosial dan ekonomi. Solusi utama untuk mengatasi kendala ini adalah dengan meningkatkan edukasi melalui pendekatan yang lebih aktif dan komunikatif. Badan Pendapatan Daerah dapat bekerja sama dengan berbagai instansi lain untuk memanfaatkan media, seperti platform digital, workshop interaktif, atau kolaborasi dengan komunitas pelaku usaha, guna menjelaskan manfaat jangka panjang dari penertiban reklame. Selain itu, informasi perlu disampaikan secara transparan, sederhana, dan mudah dipahami, sehingga masyarakat dan pelaku usaha merasa dilibatkan. Dengan begitu, mereka dapat memahami bahwa aturan ini bukan hanya untuk kepentingan pemerintah, tetapi juga mendukung keberlanjutan bisnis mereka dalam lingkungan kota yang lebih baik.

### **C. Penerimaan Pajak Daerah Meningkat Khususnya Sektor Pajak Reklame**

Penerimaan pajak daerah meningkat merupakan hal positif untuk

pemerintah dan suatu keberhasilan dari program edukasi. Pendekatan yang sistematis dan terarah, pelaku usaha semakin memahami pentingnya pajak reklame sebagai bagian dari upaya mendukung pembangunan kota. Mereka tidak hanya menjadi lebih taat dalam memenuhi kewajiban perpajakan, tetapi juga merasa dihargai dan dilibatkan sebagai bagian dari solusi. Edukasi yang dilakukan secara konsisten berhasil membangun kesadaran kolektif, sehingga pelaku usaha lebih aktif mendaftarkan reklame dan membayar pajak tepat waktu (Derajad Nur Kartikowati, 2024). Hasilnya, Pendapatan Asli Daerah mengalami peningkatan yang signifikan, memungkinkan kota untuk lebih maksimal dalam menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang memberikan manfaat langsung bagi masyarakat.

**Tabel 2. Peran Edukasi dalam Meningkatkan Realisasi Pendapatan**

Target (dalam Miliar Rupiah)	Realisasi Agustus (dalam Miliar Rupiah)	Realisasi s.d 18 Desember (dalam Miliar Rupiah)	Kenaikan Realisasi (dalam Persen)
Rp181,94	Rp90,72	Rp135,55	43,76%

Meningkatnya Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi salah satu pencapaian. Pemerintah tidak hanya menyampaikan aturan secara formal, tetapi juga memberikan pemahaman mendalam tentang manfaat pajak reklame bagi pembangunan kota (Amri Amrulloh, 2022).

#### **D. Prosedur Edukasi Pajak Reklame Kepada Pelaku Usaha**

Menurut Ardiyos (2004) dalam (Wijaya & Irawan, 2018) Prosedur adalah bagian dari sebuah sistem yang terdiri atas serangkaian tindakan yang melibatkan beberapa orang dalam satu atau lebih bagian tertentu. Prosedur ini

dirancang untuk memastikan bahwa suatu kegiatan usaha atau transaksi dapat dilakukan secara konsisten, berulang, dan dengan cara yang seragam. Prosedur memberikan panduan atau tata cara yang dalam melakukan kegiatan dengan benar supaya kegiatan yang dilakukan benar, konsisten dan terukur. Prosedur edukasi pajak reklame yaitu dengan cara berkomunikasi langsung dengan pelaku usaha dengan bahasa yang informal.

#### **SIMPULAN**

Pajak merupakan salah satu sumber utama pendanaan bagi pemerintah untuk melaksanakan rencana pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pajak reklame, sebagai bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pembangunan daerah, termasuk di Kota Surabaya. Namun, rendahnya tingkat kesadaran dan pemahaman pelaku usaha terhadap pajak reklame sering kali menjadi kendala dalam pengelolaan pajak ini. Masalah seperti reklame liar, izin yang sudah kedaluwarsa, dan tunggakan pajak menghambat optimalisasi penerimaan pajak daerah yang seharusnya dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pembangunan.

Untuk mengatasi tantangan ini, edukasi tentang pajak reklame menjadi solusi strategis. Program edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya pajak reklame, baik dari segi kepatuhan hukum maupun manfaatnya bagi masyarakat. Dengan edukasi yang konsisten, pelaku usaha diharapkan dapat lebih sadar akan tanggung jawab perpajakan mereka, sehingga mampu mendukung

penerimaan pajak daerah secara optimal. Pada akhirnya, langkah ini tidak hanya membantu meningkatkan PAD, tetapi juga menciptakan tata kota yang lebih tertib dan estetik, serta memperkuat sinergi antara pemerintah dan pelaku usaha dalam membangun Kota Surabaya yang lebih maju.

Metode pengabdian ini menggunakan metode edukasi langsung kepada wajib pajak. Edukasi pajak reklame merupakan langkah strategis untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya pajak bagian dari pembangunan kota. Melalui pendekatan yang interaktif dan komunikatif, pelaku usaha tidak hanya memahami kewajiban perpajakan mereka, tetapi juga menyadari manfaat nyata yang dihasilkan, seperti perbaikan infrastruktur kota dan peningkatan layanan publik. Meskipun terdapat hambatan seperti kurangnya informasi, keterbatasan pendapatan, dan rendahnya kepercayaan terhadap pemerintah, upaya edukasi yang dilakukan dengan cara transparan, sederhana, dan inklusif mampu menjawab tantangan tersebut. Program edukasi ini telah berhasil meningkatkan kepatuhan pelaku usaha dalam membayar pajak reklame, yang pada akhirnya berdampak signifikan pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dengan penerimaan pajak yang lebih optimal, pemerintah dapat lebih maksimal dalam menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang bermanfaat langsung bagi masyarakat. Edukasi pajak reklame tidak hanya menjadi solusi untuk meningkatkan penerimaan pajak daerah, tetapi juga menciptakan sinergi yang baik antara pemerintah dan pelaku usaha dalam mendukung pembangunan berkelanjutan serta kesejahteraan masyarakat di Kota Surabaya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih boleh ditambahkan ketika pengabdian yang dilakukan mendapatkan bantuan.

Puja dan puji syukur kami haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, hidayah serta inayahnya sehingga kami dapat menyelesaikan artikel ini. Pertama, terimakasih kami sampaikan untuk orang tua kami yang telah mendukung kami dalam menyelesaikan artikel ini. Selanjutnya, ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Bu Ekky, Bu Widayati, Bu Laily Fauziah dan Bapak Gembong Suseno selaku pembimbing dan memfasilitasi kami dalam pengabdian ini. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat dan menjadi petunjuk untuk pembaca serta peneliti lain. Kami menyadari masih terdapat kekurangan dalam artikel ini, sehingga saran dan kritik sangat kami harapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, R., Pohan, R., & Aslami, N. (2023). Analisis Penerimaan Pajak Reklame Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus Badan Pendapatan Daerah Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 137–142.
- Amri Amrulloh. (2022). Peningkatan Peran Pajak Dalam Pembangunan Nasional Melalui Implementasi Tax Amnesty. *Jurnal Hukum Bisnis*, 11, 201–206.
- Asiah, S. T. (2016). Efektivitas Kinerja Guru. *Tadbir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4, 1–11.
- Aulia, G., Rahmah Fahriati, A., Okta Ratnaningtyas, T., Meitania

- Utami, S., Dwi Pratiwi, R., Adi Ismaya, N., Purnama Sari, F., Monja, T., Kania Rahsa Puji, L., & Ayu Sabrina, P. (2021). Covid-19 Prevention Education With The Health Protocol Of 5m And The Importance Of Multivitamins During Covid-19 Pandemic. In *Jurnal Abdi Masyarakat* (Vol. 2, Issue 1).
- Azizah, N., & Fauzany, R. (2021). Hubungan Komunikasi Informal Dengan Efektivitas Kerja Karyawan Pada Bagian Pengembangan Karir Karyawan Biro Kepegawaian Sekretariat Daerah Propinsi Jawa Barat. *Edunomika*, 5, 941–953.
- Derajad Nur Kartikowati. (2024). Analisis Yuridis Sengketa Wajib Pajak Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Putusan Pengadilan Pajak. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4, 6161–6173. <https://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative/Article/View/13214/9211>
- M Taufan Umasugi. (2021). Sosialisasi Dan Edukasi Pemberian Vaksin Sebagai Upaya Trust Pada Masyarakat Kota Ambon. *Journal Of Human And Education Research & Learning In Primary Education Journal Of Human And Education*, 1, 5–7. <https://Kesehatan.Kontan.Co.Id/News/Inilah-Bukti->
- Pohan, A. R. R., & Aslami, N. (2023). Analisis Penerimaan Pajak Reklame Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus Badan Pendapatan Daerah Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1, 137–142. <https://Doi.Org/10.5281/Zenodo.10429029>
- Pratama, N. C. A., & Hartono, S. (2022). *Tinjauan Prosedur Operasional Media Sosial Direktorat Jenderal Pajak Dalam Rangka Edukasi Perpajakan*.
- Romadhona, A. (2024). Intensifikasi Pajak Reklame Pada Masa Pandemi Covid 19 Oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon. *Jomantara: Indonesian Journal Of Art And Culture*, 15(Volume 15 No. 02 Juni 2024), 153–167. <https://doi.org/10.23969/Kebijakan.V15i02.8470>
- Rusli, Y. M., & Nainggolan, P. (2021). Pentingnya Pengetahuan Pajak Dan Sosialisasi Pajak Kepada Calon Wajib Pajak Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 5(2), 135–145. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Sihombing, H., & Tambunan, B. H. (2020). Pengaruh Penerimaan Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 333–338. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.385>
- Susanti, S., Susilowibowo, J., & Hardini, H. T. (2020). Apakah Pengetahuan Pajak Dan Tingkat Pendidikan Meningkatkan Kepatuhan Membayar Pajak? *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(2). <https://doi.org/10.21776/Ub.Jamal.2020.11.2.25>
- Wijaya, D., & Irawan, R. (2018). Prosedur Administrasi Penjualan Bearing Pada Usaha Jaya Teknik Jakarta Barat. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, Xvi(1).

Yasin, M. (2020). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Belanja Pembangunan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten/Kota Jawa Timur. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 3(2), 465–472.  
<https://doi.org/10.31539/Costing.V3i2.1161>