

INTENSIFIKASI PAJAK REKLAME PADA MASA PANDEMI COVID-19 OLEH BADAN PENGELOLAAN PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN CIREBON

Alvin Romadhona

Ilmu Administrasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia

alvin_r.22010500005@student.umj.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kegiatan intensifikasi pajak reklame. Intensifikasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan atau tidak Pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah. Capaian penerimaan pajak reklame pada Bappenda Kabupaten Cirebon terus mengalami peningkatan setiap tahunnya yang menandakan kegiatan intensifikasi telah berjalan dengan baik. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Upaya Intensifikasi Pajak Daerah dari Wenneo, Mieske (2017) dengan lima indikator yaitu menyesuaikan/memperbaiki aspek kelembagaan, menyesuaikan / memperbaiki aspek ketatalaksanaan, peningkatan pengawasan dan pengendalian, menyesuaikan / memperbaiki aspek personalia, meningkatkan kegiatan penyuluhan kepada masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan intensifikasi pajak reklame yang dilakukan Bappenda Kabupaten Cirebon sudah cukup efektif. Hal ini dapat terlihat dari penerimaan pajak yang terus mengalami peningkatan diiringi dengan pertumbuhan jumlah wajib pajak baru yang terdaftar. Salah satu faktor keberhasilan ini adalah dengan melakukan perbaikan terhadap aspek kelembagaan, aspek ketatalaksanaan, serta aspek personalia.

Kata Kunci: Intensifikasi, Pendapatan Asli Daerah, Pajak Reklame.

ABSTRACT

This research is motivated by advertising tax intensification activities. Intensification aims to find out whether or not there is a significant influence of advertising tax on Regional Original Income. The achievement of advertising tax revenues at the Cirebon Regency Bappenda continues to increase every year, which indicates that intensification activities have gone well. The research method used is descriptive with a qualitative approach. The theory used in this research is the theory of Regional Tax Intensification Efforts from Wenneo, Mieske (2017) with five indicators, namely adjusting/improving institutional aspects, adjusting/improving management aspects, increasing supervision and control, adjusting/improving personnel aspects, increasing outreach activities to public. The research results show that the advertising tax intensification activities carried out by the Cirebon Regency Bappenda are quite effective. This can be seen from tax revenues which continue to increase accompanied by the growth in the number of new registered taxpayers. One of the factors for this success is making improvements to institutional aspects, management aspects and personnel aspects.

Keywords: *Intensification, Original Regional Income, Advertisement Tax.*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber dana terbesar sebagai penerimaan Negara maupun daerah yang berasal dari masyarakat untuk pembiayaan pembangunan. pajak yang dikelola oleh pemerintah pusat merupakan sumber penerimaan Negara di dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), kemudian pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah adalah sumber penerimaan daerah di dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Peran pajak sangatlah penting untuk pembangunan nasional, seluruh elemen masyarakat haruslah menyadari akan pentingnya peran pajak dalam upaya pembangunan nasional, seluruh masyarakat harus menyadari kewajibannya untuk turut serta berpartisipasi dalam pembangunan nasional dengan taat membayar pajak. Berdasarkan UU Nomor 34 Tahun 2000 tentang perubahan atas UU Nomor 18 Tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi



daerah dalam (Saragih: 2003) yang dimaksud dengan pajak daerah adalah “iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi dan badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah”. Pengertian pajak daerah Menurut (Siahaan : 2006) menjelaskan bahwa pajak daerah adalah : “Merupakan iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada pemerintah daerah, tanpa imbalan langsung yang seimbang yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah”. Pemerintah Kabupaten Cirebon sebagai salah satu pelaksana otonomi daerah di Provinsi Jawa Barat melakukan upaya meningkatkan pendapatan asli daerahnya dengan cara melakukan pemungutan pajak daerah melalui Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah. Peraturan ini diharapkan sumber pendapatan yang ada di Kabupaten Cirebon dapat digali secara maksimal dan dapat menjadi penyumbang terbesar dalam roda pemerintahan daerah. Dengan demikian Kabupaten Cirebon dapat mandiri secara finansial, dan tidak bergantung kepada pemerintah pusat.

Berdasarkan data tujuh tahun terakhir penerimaan pajak daerah di Kabupaten Cirebon menunjukkan hasil yang optimal karena terus mengalami peningkatan, dan mencapai target yang telah ditetapkan. Hal ini dapat dilihat dari data penerimaan pajak daerah tahun 2015-2022 pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1. Target dan Realisasi Pajak Daerah Kabupaten Cirebon Tahun 2015-2022

Tahun	Target	Realisasi	Presentase
2015	Rp. 129.000.000.000	Rp. 139.383.796.966	108,05%
2016	Rp. 145.000.000.000	Rp. 158.183.197.394	109,09%
2017	Rp. 167.700.000.000	Rp. 186.141.908.461	111,00%
2018	Rp. 190.000.000.000	Rp. 207.896.011.946	109,42%
2019	Rp. 217.850.949.000	Rp. 213.572.238.616	98,04%
2020	Rp. 195.900.000.000	Rp. 174.375.685.755	89,01%
2021	Rp. 207.500.000.000	Rp. 196.743.713.612	94,81%
2022	Rp. 215.580.000.000	Rp. 218.003.815.931	101,12%

Sumber: Bappenda Kabupaten Cirebon, Tahun 2024.

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa jika dilihat dari jumlah realisasi maka terjadi kenaikan yang cukup signifikan dari realisasi Pajak daerah setiap tahunnya. Hal itu membuat Bappenda Kabupaten Cirebon terus meningkatkan target pajak daerah. Pada Masa Pandemi covid-19 penerimaan daerah kabupaten Cirebon pada tahun 2020 mencapai Rp. 174.375.685.755 atau 89.01% dari target tahunan yang ditetapkan. Pada tahun 2021 realisasi Pajak Daerah Kabupaten Cirebon mencapai Rp.196.743.713.612 atau 94.81% dari target yang telah ditetapkan. Pada tahun 2022 realisasi pajak daerah Kabupaten Cirebon mencapai 101.12% atau Rp. 218.003.815.931. Pajak daerah menjadi salah satu sumber pendapatan yang digunakan untuk menjalankan roda pemerintahan daerah selain dari bantuan pusat. Pada tahun 2020 terjadi wabah penyebaran covid-19, dimana hampir semua sektor mengalami dampaknya salah satunya pajak. Penyebaran virus Corona mengakibatkan penerimaan pajak daerah Kabupaten Cirebon dipastikan akan mengalami penurunan. Menurut Kepala Bappenda Kabupaten Cirebon yang dipastikan turun adalah pertama dari sektor pajak hiburan, kedua pajak hotel,



pajak restoran, pajak parkir dan pajak penerangan jalan. Hal ini dikarenakan sektor hiburan tutup 100%, tidak boleh ada yang boleh beroperasi selama wabah Covid-19 masih melanda. Kemudian untuk hotel, ada yang sebagian beroperasi dan ada juga yang tutup sama sekali. Kemudian untuk pajak penerangan jalan, karena ada yang disubsidi dan jelas pasti penerangan jalannya tidak ada juga. Prediksi pemerintah pusat penurunan penerimaan pajak daerah sampai diangka 30%. Menurut (Suparmo: 2010) Intensifikasi Pajak adalah upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan penerimaan daerah yang ditempuh melalui peningkatan kepatuhan subjek pajak yang telah ada. Sedangkan menurut (Halim: 2007) definisi intensifikasi pajak adalah Intensifikasi adalah suatu upaya, tindakan atau usaha-usaha untuk memperbesar penerimaan sehingga dapat tercapai atau terealisasinya target yang diinginkan atau anggaran yang telah ditetapkan dalam APBD sebelumnya dengan cara melakukan pemungutan yang lebih giat, ketat, dan teliti. Menurut (Wenno, Meiske: 2017) upaya intensifikasi akan mencakup aspek kelembagaan, aspek ketatalaksanaan, dan aspek personalianya yang pelaksanaannya melalui kegiatan sebagai berikut:

1. Menyesuaikan/memperbaiki aspek kelembagaan/organisasi pengelola pendapatan asli daerah (Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah), berikut perangkatnya sesuai dengan kebutuhan yang terus berkembang, yaitu dengan cara menerapkan secara optimal sistem dan prosedur administrasi pajak daerah, retribusi daerah dan penerimaan pendapatan lain-lain yang diatur dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 1999.
2. Memberikan dampak ke arah peningkatan pendapatan asli daerah, karena sistem ini dapat mendorong tercapainya:
 - a. Peningkatan jumlah wajib pajak dan wajib retribusi daerah
 - b. Peningkatan cara-cara penetapan pajak dan retribusi
 - c. Peningkatan pemungutan pajak dan retribusi dalam jumlah yang besar dan tepat pada waktunya
 - d. Peningkatan sistem pembukuan, sehingga memudahkan dalam hal pencairan data tunggakan pajak maupun retribusi yang ada pada akhirnya dapat mempermudah penagihannya
3. Memperbaiki/menyesuaikan aspek keterlaksanaan, naik administrasi maupun operasional meliputi:
 - a. Penyesuaian/penyempurnaan administrasi pungutan
 - b. Penyesuaian tarif
 - c. Penyesuaian sistem pelaksana pungutan
4. Peningkatan pengawasan dan pengendalian yang meliputi:
 - a. Pengawasan dan pengendalian yuridis
 - b. Pengawasan dan pengendalian teknis
 - c. pengawasan dan pengendalian penatausahaan
5. Peningkatan sumber daya manusia mutu pengelola PAD dengan cara meningkatkan mutu sumber daya manusia/aparatur pengelola pendapatan daerah dapat dilakukan dengan mengikutsertakan aparatnya dalam Kursus Keuangan Daerah (KKD), juga program-program pendidikan dan latihan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan daerah.
6. Meningkatkan kegiatan penyuluhan kepada masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat membayar pajak dan retribusi. Dalam jangka pendek kegiatan yang paling mudah dan dapat dilakukan adalah melakukan intensifikasi terhadap objek atau sumber pendapatan daerah dan retribusi daerah. Dengan melakukan efektivitas dan efisiensi sumber atau objek pendapatan daerah, maka akan meningkatkan produktivitas PAD tanpa harus melakukan perluasan sumber atau objek pendapatan daerah yang baru yang memerlukan studi, proses, dan waktu yang panjang.

Pada awal tahun 2020 menjadi tahun yang sulit bagi pemerintah, khususnya Kabupaten Cirebon sebagai pelaksana Pemungutan pajak khususnya reklame. padahal untuk tahun 2020 adalah masa yang

sulit karena sedang dilanda wabah covid-19. Hal ini dapat dilihat dari data pajak reklame tahun 2015 – 2022 pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2. Penerimaan Pajak Reklame Per Jenisnya Kabupaten Cirebon

Tahun	Jenis Reklame					Jumlah
	Reklame papan/ bill board/ videotron/ megatron	Reklame kain	Reklame berjalan	Reklame Udara	Reklame Film/Slide	
2015	Rp. 2.674.193.633	Rp. 680.117.493	Rp. 44.850.000	-	-	Rp. 3.399.161.126
2016	Rp. 2.862.555.965	Rp. 594.755.600	Rp. 70.868.750	-	-	Rp. 3.528.180.315
2017	Rp. 3.392.438.835	Rp. 733.079.610	Rp. 43.642.500	-	-	Rp. 4.169.160.945
2018	Rp. 3.532.843.613	Rp. 621.644.720	Rp. 45.827.500	-	-	Rp. 4.200.315.833
2019	Rp. 3.645.319.310	Rp. 703.802.985	Rp. 183.655.000	-	-	Rp. 4.532.777.295
2020	Rp. 3.425.334.418	Rp. 690.788.600	Rp. 96.082.500	Rp.9.721.875	Rp. 28.039.500	Rp. 4.153.884.3933
2021	Rp. 3.513.131.271	Rp. 701.672.500	Rp. 102.025.000	Rp. 15.941.745	Rp. 47.173.700	Rp. 4.379.944.216
2022	Rp. 3.995.354.418	Rp. 996.808.781	Rp. 104.082.914	Rp. 86.441.141	Rp. 78.039.462	Rp. 5.260.726.716

Sumber: Bappenda Kabupaten Cirebon, Tahun 2024.

Pengertian Pajak Reklame Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 2 Tahun 2011 adalah Pajak Reklame yang selanjutnya di sebut pajak adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau oleh umum.

Beberapa Terminologi dalam Pemungutan Pajak Reklame (Siahaan: 2013) yaitu sebagai berikut:

1. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum.
2. Penyelenggaraan reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
3. Perusahaan jasa periklanan/biro reklame adalah badan yang bergerak di bidang periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Panggung reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan reklame yang ditetapkan untuk suatu atau beberapa buah reklame.
5. Jalan umum adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun, meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapan yang diperuntukkan bagi lalu lintas umum.
6. Izin adalah izin penyelenggaraan reklame yang terdiri dari izin tetap dan izin terbatas.

7. Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat SPPR adalah surat yang digunakan oleh wajib pajak untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame dan mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak yang terutang.
8. Surat Kuasa Untuk Menyetor yang selanjutnya disingkat SKUM adalah nota perhitungan besarnya Pajak Reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak yang berfungsi sebagai ketetapan pajak.

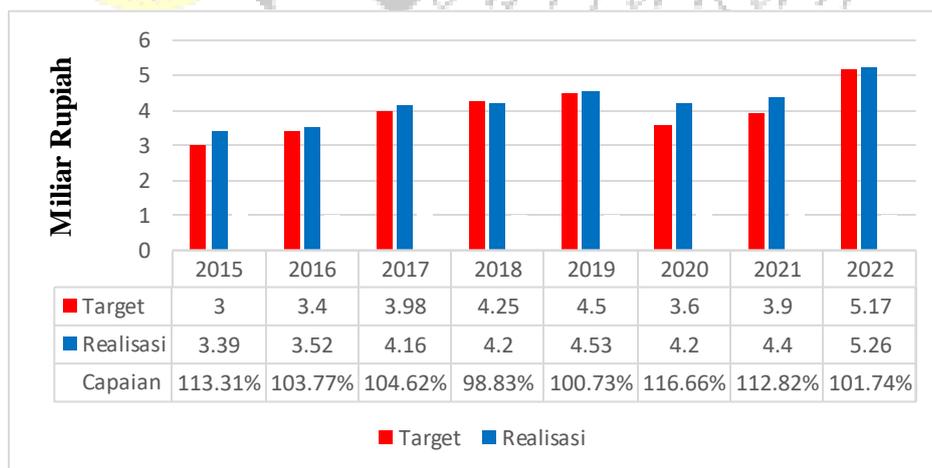
Besarnya pajak reklame ditetapkan sebesar 25% dari dasar pengenaan. perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi yang sejenis, lembaga, bentuk usaha tetap, dan bentuk badan lainnya.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti, ditemukan berbagai fakta dalam proses implementasi pemungutan pajak reklame di Kabupaten Cirebon, yaitu: turut aktifnya pemungut pajak, salah satu caranya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang telah tersedia, sehingga diharapkan penerimaan pajak reklame dapat melebihi target yang telah ditetapkan. Meningkatkan penertiban kepada wajib pajak yang melanggar, ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan pihak Bappenda. Hal itu dilakukan untuk membuat wajib pajak patuh terhadap aturan perpajakan yang telah diatur oleh pemerintah daerah. Melihat berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan daerah (Bappenda) Kabupaten Cirebon dimaksudkan guna meningkatkan penerimaan pajak reklame yang ada di Kabupaten Cirebon, sehingga dapat menjadi penyumbang bagi pendapatan daerah. Diharapkan Kabupaten Cirebon dapat mandiri secara finansial, dengan memanfaatkan berbagai objek pajak yang dipungutnya.

Berdasarkan fenomena yang telah penulis uraikan serta wawancara dengan kasubid pajak reklame Kabupaten Cirebon, terdapat beberapa indikasi masalah yang berkaitan dengan intensifikasi pemungutan pajak reklame di kabupaten Cirebon. Berikut akan disajikan mengenai beberapa indikasi masalah yang ada, diantaranya:

1. Realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Cirebon dari tahun 2015 – 2022 terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Grafik 1.1. Target dan Realisasi Pajak Reklame.



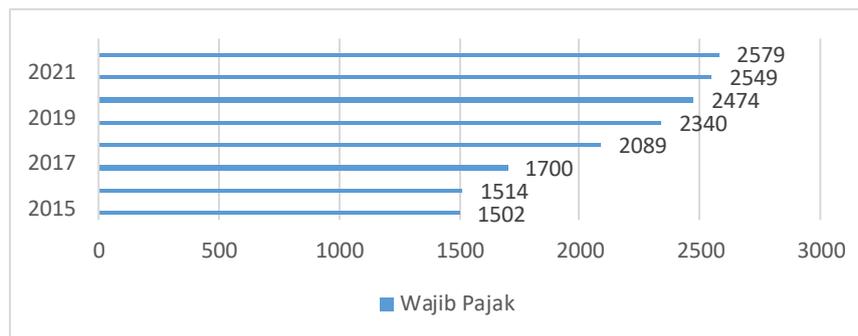
Sumber: Bappenda Kabupaten Cirebon, Tahun 2024

Dari grafik 1.1 realisasi penerimaan pajak reklame terus mengamai peningkatan, pada tahun 2015 capaian persentase mencapai 113,31%, kemudian pada tahun 2016 persentase penerimaan pajak reklame 103,77% dari target, tahun 2017 penerimaan pajak reklame mencapai 104,62%, tahun 2018 tercatat realisasi pajak reklame 98.83% dari target, untuk tahun 2019 realisais pajak reklame

103,63% dari target yang ditetapkan, untuk tahun 2020 realisasi pajak reklame mencapai 116.66% dari target, dan pada tahun 2021 realisasi pajak reklame mencapai 112.82% dari target, kemudian di tahun 2022 tercatat realisasi pajak reklame mencapai 101.7% dari target yang telah ditetapkan. Hal ini menjadi pencapaian terbesar dalam sejarah pemungutan pajak reklame karena ditengah kondisi pandemi covid-19 yang sedang melanda. Tahun 2020 – 2022 covid-19 masih melanda dan hampir semua sektor mengalami dampaknya, namun pemerintah daerah Kabupaten Cirebon berhasil memaksimalkan pemungutan pajak khususnya reklame.

2. Jumlah Wajib Pajak Reklame Kabupaten Cirebon dari tahun 2015 – 2022 terus mengalami peningkatan.

Grafik 1.2. Daftar Wajib Pajak Reklame Bappenda Kabupaten Cirebon.

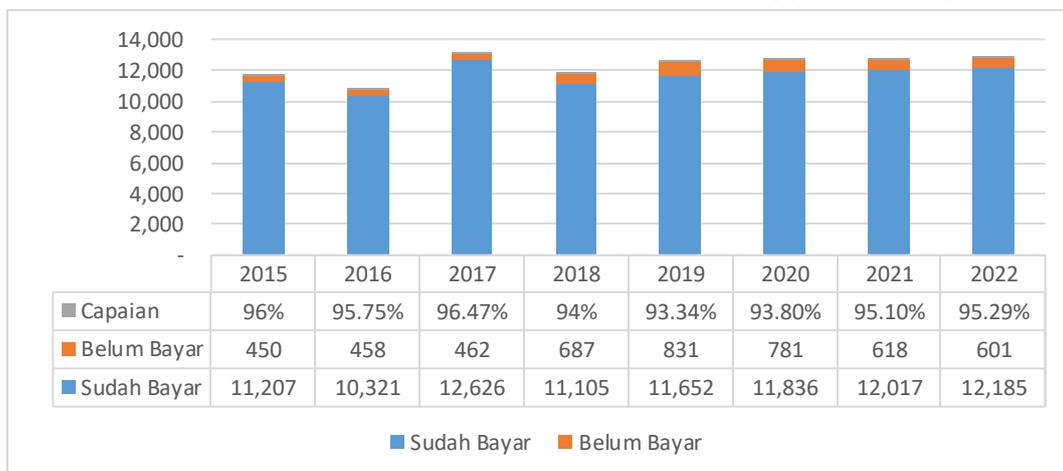


Sumber: Bappenda Kabupaten Cirebon, Tahun 2024.

Dari grafik 1.2 jumlah wajib pajak reklame terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jumlah wajib pajak reklame tahun 2015 sebanyak 1.502 orang, kemudian naik di tahun 2016 dimana jumlahnya sebanyak 1.514, tahun 2017 jumlah wajib pajak reklame kembali mengalami kenaikan dengan jumlah wajib pajak sebanyak 1.700, tahun 2018 jumlah wajib pajak reklame naik secara signifikan dengan jumlah 2.089 wajib pajak, dan tahun 2019 jumlahnya kembali naik menjadi 2.340 wajib pajak, untuk tahun 2020 jumlah wajib pajak reklame mencapai 2.474, kemudian tahun 2021 jumlah wajib pajak mencapai 2.549 wajib pajak, dan terakhir tahun 2022 jumlah wajib pajak kembali mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu 2.579 wajib pajak.

3. Jumlah Daftar Objek Pajak yang tidak membayarkan pajaknya dari tahun 2015 – 2022 sangat kecil dengan rata-rata dibawah 10% pada setiap jenisnya.

Grafik 1.3. Daftar Objek Pajak Reklame Yang Terdaftar di Bappenda Kabupaten Cirebon.



Sumber: Bappenda Kabupaten Cirebon, Tahun 2024.



Grafik 1.3 jumlah jumlah wajib pajak reklame yang tidak melaksanakan kewajibannya nilainya sangat rendah jika dibanding dengan jumlah wajib pajak reklame yang melakukan kewajiban perpajakannya. Dalam hal ini, upaya yang dilakukan Bappenda untuk meningkatkan pemasukan pajak dari sektor reklame membuahkan hasil yang cukup baik.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah penulis uraikan di atas, kemudian penulis tertarik untuk membuat penelitian lebih lanjut mengenai upaya peningkatan pendapatan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon pada masa pandemi covid-19 dengan judul penelitian “Intensifikasi Pajak Reklame Pada Masa Pandemi Covid-19 Oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon”.

METODE

Untuk mendukung penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu menggambarkan, menceritakan, maupun menjelaskan suatu keadaan dan gejala yang terjadi secara cermat. Diharapkan juga metode penelitian ini dapat mengkaji masalah penelitian secara mendalam sehingga dapat mengetahui segala hal tentang intensifikasi Pajak reklame pada Bappenda Kabupaten Cirebon. Hal itu sejalan dengan definisi dari (Silalahi: 2012) bahwa, penelitian deskriptif menyajikan suatu gambar yang terperinci tentang satu situasi khusus, setting sosial, atau hubungan. Kemudian menurut (Zuriah: 2009) bahwa, penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian, secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya kalimat wawancara antara penulis dan informan. Penelitian kualitatif bertolak dari filsafat konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu-individu. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang diajak berwawancara, diobservasi, diminta memberikan data, pendapat, pemikiran, persepsinya (Sukmadinata: 2006).

Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan dilakukan secara *purposive*, tidak dilakukan secara acak untuk dapat memberikan jawaban terbaik dari pertanyaan penelitian, selain itu teknik ini digunakan untuk menentukan informan berdasarkan keterkaitan dan pemahamannya mengenai perencanaan objek penelitian penulis. Dalam penelitian ini penulis menentukan informan yang merujuk berdasarkan Miles dan Huberman dalam Creswell mengemukakan 4 ukuran pertimbangan dalam memilih informan, yaitu: latar (tempat penelitian akan berlangsung), pelaku (orang yang diamati atau diwawancara), peristiwa (apa yang diamati), dan proses (sifat kejadian yang dilakukan pelaku dalam latar).

Konsep Kerangka Pemikiran

Upaya untuk peningkatan, serta penggalian terhadap sumber pendapatan daerah dapat dilakukan dengan kegiatan intensifikasi terhadap objek pendapatan daerah yang telah ada. Dengan memaksimalkan potensi pajak yang ada serta melakukan pemungutan dengan efektif, maka diharapkan

akan meningkatkan penerimaan pajak itu sendiri tanpa harus adanya perluasan objek pajak karena itu akan memakan waktu yang cukup lama.

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran (Diolah oleh Penulis, Tahun 2022)



PEMBAHASAN

Hasil temuan ini didasari pada studi literatur dan dokumen, wawancara terstruktur dan observasi yang dilakukan terhadap beberapa informan yang dipilih secara *purposive* yaitu menentukan informan berdasarkan keterkaitan dan pemahamannya mengenai perencanaan objek penelitian penulis antara lain, Kepala Sub Bidang Pengolahan Data dan Aplikasi, Kepala Sub Bidang Pajak Reklame Kabupaten Cirebon, Kepala Sub Bidang Pengendalian Kabupaten Cirebon, Kepala Sub Bidang Pengaduan dan Penyuluhan Kabupaten Cirebon, dan Wajib Pajak Reklame. Adapun data pendukung lainnya didapat melalui studi pustaka berupa data sekunder. Kemudian, data dianalisis melalui teknik analisis data yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang diharapkan dapat menyelesaikan hasil penelitian dengan baik dan benar. Pada kajian ini peneliti menggunakan metode penelitian wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini selain melakukan wawancara dengan Wajib pajak reklame penulis juga melakukan observasi langsung ke Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon untuk mengamati langsung kegiatan yang dilakukan di sana. Membandingkan hasil wawancara dengan beberapa informan yang berbeda dengan pertanyaan yang sama, dan membandingkan hasil wawancara dengan data yang didapat dari hasil evaluasi program maupun data dari bidang satuan penelitian. Sementara triangulasi metode dalam penelitian ini dilakukan dengan studi pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Menguji keabsahan data terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menguji apakah data yang disajikan valid atau tidak. Beberapa teknik tersebut menurut Creswell dapat dilakukan dengan berbagai cara yang diantaranya adalah dengan Triangulasi data. Triangulasi data merupakan pengujian keabsahan data yang diperoleh dari berbagai sumber informasi, triangulasi ini dilakukan dengan mengecek data dari sumber-sumber yang berbeda sebagai bukti pertimbangan. Hal ini bisa dilakukan dengan



menanyakan hal yang sama ke beberapa informan yang berbeda. Menurut Patton dalam Afifuddin (2009) terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan :

1. Triangulasi Sumber

Menggunakan berbagai sumber data, seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

2. Triangulasi Pengamat

Adanya pengamat diluar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, misalnya pembimbing bertindak sebagai pengamat (expert judgement) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

3. Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat.

4. Triangulasi Metode

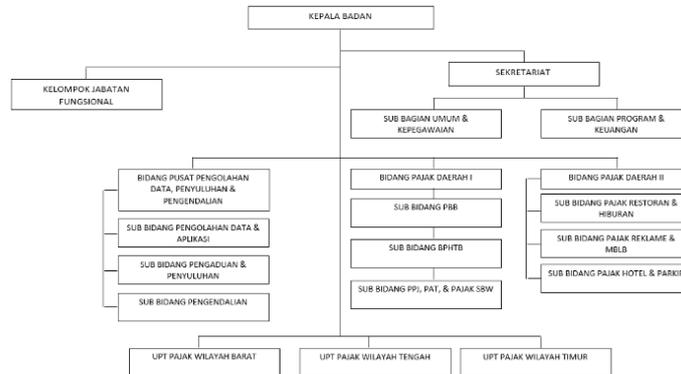
Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan metode observasi.

Menyesuaikan / Memperbaiki Aspek Kelembagaan

Peningkatan penerimaan pendapatan daerah bisa dilakukan dengan melakukan perbaikan tatanan struktur organisasi maupun perbaikan administrasi. Upaya penyesuaian / perbaikan aspek kelembagaan ini merupakan salah satu bentuk peningkatan pendapatan melalui kebijakan instansi. Guna peningkatan penerimaan objek pajak reklame supaya bisa mencapai target yang telah ditetapkan, serta agar dapat berkontribusi secara maksimal dalam penerimaan asli daerah maka Bappenda Kabupaten Cirebon melakukan berbagai upaya salah satunya yaitu dengan memperbaiki aspek kelembagaan. Tindakan yang dapat dilakukan untuk menyesuaikan / memperbaiki aspek kelembagaan daerah sebagai pelaksana pemungut pajak daerah, antara lain yaitu membuat susunan struktur organisasi yang sesuai dengan peraturan terkait, menerapkan secara optimal sistem dan prosedur pajak daerah guna memberikan dampak ke arah peningkatan pendapatan asli daerah. Perbaikan aspek kelembagaan merupakan tanggung jawab setiap Organisasi Perangkat daerah sesuai dengan peraturan terkait. Seluruh kegiatan harus berjalan sesuai dengan tatanan struktur organisasi sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing setiap jajaran. Selain itu dengan dibentuknya struktur organisasi yang benar, bisa sebagai pengendali dan kontrol setiap bidang dalam menjalankan kegiatannya.

Melihat kondisi yang diperoleh penulis dari hasil wawancara dengan para informan, observasi di lapangan, dan dokumentasi, kegiatan intensifikasi pajak reklame yang dilakukan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon sudah berjalan dengan baik dan cukup efektif sesuai dengan teori upaya intensifikasi menurut Wenno, Meiske yaitu dalam proses penyelenggaraan pemungutan pajak reklame tatanana struktur organisasi dibuat sesuai dengan peraturan daerah terkait dan penempatan posisi akan diisi sesuai dengan kemampuan serta keahlian masing-masing. Peningkatan sistem pembukuan yang dilakukan oleh Bappenda telah dilaksanakan dengan baik guna mempermudah setiap proses perpajakan dan wajib pajak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dari hasil analisis penulis dapat dikatakan kegiatan intensifikasi pajak reklame telah sesuai dengan teori Kustiawan yang menyatakan bahwa dalam proses perbaikan tatanan aspek kelembagaan sebuah Organisasi Perangkat Daerah harus dapat memperbaiki tatanan struktur organisasi sesuai dengan peraturan daerah terkait guna memberikan dampak kearah peningkatan penerimaan pajak daerah.

Gambar 1.2. Struktur Organisasi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kabupaten Cirebon (Bappenda Kabupaten Cirebon, Tahun 2020)

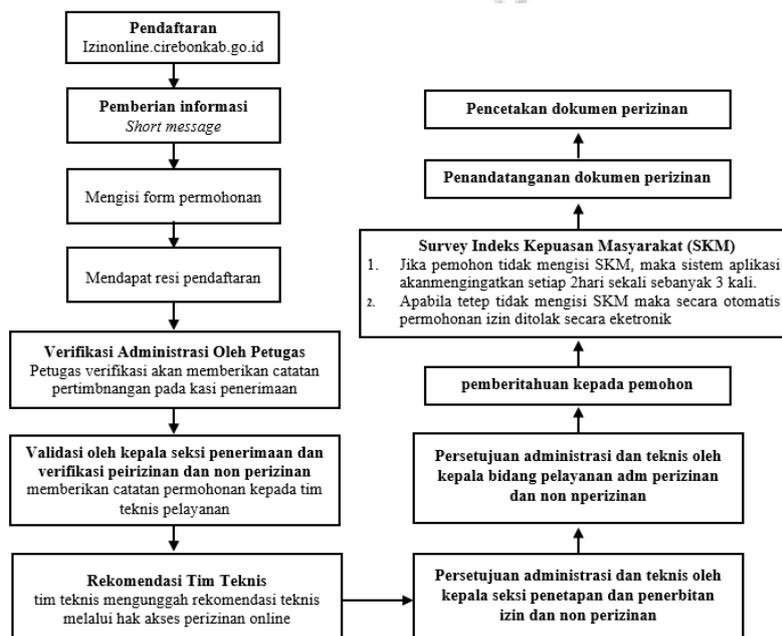


Menyesuaikan / Memperbaiki Aspek Ketatalaksanaan

Konteks penyesuaian atau perbaikan aspek ketatalaksanaan, terdapat kebutuhan untuk mengevaluasi dan memperbaiki sistem dan proses yang mengatur kinerja lembaga atau institusi. Pendahuluan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan dalam ketatalaksanaan yang mungkin menghambat efektivitas, transparansi, akuntabilitas, dan keberlanjutan lembaga tersebut. Melakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem dan prosedur yang ada. Hal ini melibatkan analisis mendalam terhadap struktur organisasi, kebijakan, prosedur operasional, dan mekanisme pengambilan keputusan yang berlaku di Organisasi Perangkat Daerah terkait. Pentingnya dalam sebuah organisasi untuk melakukan sebuah evaluasi terkait dengan proses berjalannya sebuah pelayanan bagi sebuah pejabat publik.

Perbaikan aspek ketatalaksanaan merupakan tanggung jawab setiap Organisasi Perangkat daerah sesuai dengan peraturan terkait. Seluruh kegiatan harus berjalan sesuai dengan rencana kerja yang telah dibuat sebelumnya dan harus sesuai dengan target. Pada proses administrasi pajak, DPMPTSP telah melakukan perbaikan birokrasi dimana dengan menghadirkan izin berbasis elektronik yang dapat memudahkan serta membuat wajib pajak lebih tertib dalam menjalankan kewajibannya.

Gambar 1.3. Penyelenggaraan Izin Reklame Secara Elektronik (Diolah penulis, 2021)



Tarif pajak reklame telah diatur dalam peraturan Bupati Cirebon Nomor 9 Tahun 2012 dimana tarifnya sendiri adalah 25%. Selanjutnya adalah pelaksanaan pemungutan, dimana dalam hal ini Bappenda melakukan kerjasama dengan beberapa Organisasi Perangkat Daerah terkait dalam proses penyelenggaraan pajak reklame, seperti yang dilakukan dengan KPP Pratama Cirebon Dua untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame. Selain itu dengan melakukan rapat terbatas per triwulan guna melakukan evaluasi terhadap kinerja yang telah dilakukannya dalam proses penyelenggaraan reklame, sekaligus mencari solusi atas permasalahan yang terjadi baik di internal maupun di lapangan. Semua kegiatan di atas dilakukan agar proses pemungutan pajak reklame dapat lebih optimal dalam penerimaannya dan bisa menjadi salah satu objek pajak yang menyumbang tertinggi terhadap Pendapatan Asli Daerah.

Peningkatan Pengawasan dan Pengendalian

Pengawasan pada dasarnya diarahkan sepenuhnya untuk menghindari adanya kemungkinan penyelewengan atau penyimpangan atas tujuan yang akan dicapai. Melalui pengawasan diharapkan dapat mampu membantu melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan secara efektif dan efisien. Secara sederhana dengan melakukan pengawasan, dapat menjadi penentu atau bahan evaluasi mengenai tingkat pelaksanaan kinerja yang telah dilaksanakan. Upaya intensifikasi yang dilakukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame dalam menjalankan kewajibannya bisa dilakukan dengan proses pengawasan. Dengan dilakukan pengawasan yang intens diharapkan wajib pajak bisa jauh lebih tertib dalam menjalankan kewajibannya sesuai dengan prosedur dan aturan yang berlaku. Dalam hal ini pengawasan terbagi dalam bentuk yuridis maupun pengawasan teknis. Kedua pengawasan ini memiliki peranan masing-masing dalam hal menjaga ketertiban penyelenggaraan reklame di Kabupaten Cirebon.

Pengawasan serta pengendalian yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan daerah Kabupaten Cirebon terbagi atas pengawasan internal dan pengawasan eksternal. Dimana dalam proses pengawasan internal dilakukan dengan melakukan pembekalan kepada pegawai terhadap penerapan nilai-nilai budaya kerja yang harus diaplikasikan saat memberikan pelayanan kepada masyarakat. Hal ini bertujuan agar masyarakat merasa puas dan tetap melaksanakan kewajibannya sesuai dengan peraturan daerah terkait. Karena kalau pelayanan yang diberikan kurang maksimal maka akan membuat masyarakat malas untuk melakukan kewajibannya sehingga berpotensi meningkatkan pelanggaran dalam proses penyelenggaraan pajak reklame. Selanjutnya adalah proses pengawasan reklame di lapangan dimana Bappenda akan melakukan kerjasama dengan DPMPTSP dan Satpol PP. Bappenda akan melakukan penyisiran secara berkala terhadap seluruh wilayah yang ada di Kabupaten Cirebon guna meminimalisir tingkat pelanggaran penyelenggaraan reklame. Sanksi tegas diterapkan dalam kegiatan ini, dimana bisa berupa penyegelan papan reklame, denda administrasi, sampai dengan pembongkaran paksa papan reklame yang tidak sesuai dengan prosedur. Hal ini dilakukan guna meningkatkan penerimaan pajak reklame.

Gambar 1.4. Penertiban Papan Reklame (Bappenda Kabupaten Cirebon, Tahun 2022)



Bappenda Kabupaten Cirebon melalui TOTPD dibantu dengan Satpol PP melakukan penertiban sejumlah reklame yang menunggak hingga belum memiliki izin. Pemerintah berharap dengan adanya kegiatan tersebut dapat meningkatkan pencapaian pajak di sektor reklame., karena saat ini pajak reklame merupakan capaian penghasil daerah (PAD) yang sedang ditingkatkan.

Menyesuaikan / Memperbaiki Aspek Personalia

Peningkatan sumber daya manusia dalam pengelolaan pendapatan daerah dengan cara meningkatkan mutu sumber daya manusia atau aparatur pengelola pendapatan daerah dapat dilakukan dengan mengikut sertakan aparatnya dalam berbagai pelatihan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Dengan diberikan pelatihan akan menambah bekal serta wawasan aparatur pengelola pendapatan daerah dalam menjalankan tugasnya dan mengambil berbagai macam strategi sesuai dengan bekal yang dimiliki. Upaya intensifikasi dalam aspek personalia dilakukan oleh Bappenda Kabupaten Cirebon, menurut kepala Bappenda salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan kunjungan terhadap daerah yang dirasa berhasil dalam mengelola pendapatan asli daerahnya salah satunya adalah Bali. Kegiatan tersebut dilakukan secara berkala sesuai dengan kebutuhan, karena pihak Bappenda menyadari kalau untuk menjalankan kegiatan diatas memerlukan dana yang cukup besar. Bahkan tidak jarang pihak Bappenda turut serta mendampingi kunjungan kerja DPRD Kabupaten Cirebon, seperti yang dilakukan baru-baru ini, dimana Kepala sub bidang pajak reklame turut mendampingi kunjungan kerja DPRD ke daerah Jawa Tengah, menurut pemaparan kasubid pajak reklame banyak sekali masukan serta ilmu baru yang didapat, salah satunya adalah inovasi terkait dengan proses perizinan yang manadi Jawa Tengah sudah jauh lebih mudah dan tidak memakan banyak waktu untuk sekali proses perizinan pajak reklame khususnya.

Selain itu hal yang dilakukan Bappenda adalah dengan mengikutsertakan pelatihan kepada aparatur pengelola pendapatan daerah, seperti yang dilakukan pada tahun 2017, dimana kepala Bappenda memberikan pembekalan kepada aparatur pajak dalam proses pemungutan pajak daerah di Kabupaten Cirebon. Pelatihan itu dilakukan di Hotel Verse dengan tujuan aparatur pajak dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam proses pemungutan pajak daerah di kabupaten Cirebon.

Gambar 1.5. Pelatihan Aparatur Pajak Daerah Kabupaten Cirebon (Bappenda Kabupaten Cirebon, tahun 2022)



Pada masa pandemi covid-19 Bappenda melakukan upaya lain untuk tetap mengadakan kegiatan serupa yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas daripada Aparatur pajak itu sendiri salah satunya dengan melakukan pembekalan kepada aparatur pajak secara virtual. Kegiatan ini dilakukan supaya tingkat pelayanan yang diberikan kepada wajib pajak tetap maksimal dan memberikan



rasa puas kepada wajib pajak. Selain itu dengan mengadakan pelatihan secara virtual guna menambah kemampuan aparatur pajak, hal ini dilakukan Bappenda dengan mengundang pembicara yang berkompeten pada bidangnya. Diharapkan aparatur pajak dapat mengambil ilmu serta menerapkannya dalam kegiatan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Cirebon. Upaya intensifikasi yang dilakukan Bappenda melalui penyesuaian atau memperbaiki aspek personalia sudah dilakukan sesuai dengan teori. Adanya pembekalan terhadap aparatur pajak yang berkelanjutan sehingga menambah pengetahuan serta kemampuan aparatur pajak dalam proses implementasi penyelenggaraan pajak reklame di wilayah Kabupaten Cirebon. Dari kegiatan tersebut dapat mendorong kegiatan penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan memaksimalkan penerimaan pajaknya.

Meningkatkan Kegiatan Penyuluhan Kepada Masyarakat

Upaya lain yang dapat dilakukan oleh daerah untuk meningkatkan penerimaan pajak melalui kegiatan intensifikasi adalah dengan meningkatkan kegiatan penyuluhan kepada masyarakat. Hal ini akan mendorong minat masyarakat untuk tertib dalam kegiatan perpajakan. Dengan kegiatan itu, penerimaan sektor pajak akan mencapai target yang telah ditetapkan sebelumnya. Pemerintah Kabupaten Cirebon melalui Bappenda terus melakukan upaya penyuluhan kepada masyarakat terkait aturan daerah yang berlaku mengenai kegiatan penyelenggaraan reklame. Kegiatan penyuluhan dilakukan Bappenda dengan mengadakan pertemuan di kantor kecamatan yang ada di Kabupaten Cirebon. Masyarakat diminta untuk mengikuti seluruh rangkaian penyuluhan yang dilakukan oleh Bappenda guna meningkatkan pemahaman mengenai kegiatan perpajakan di Kabupaten Cirebon. Dalam proses sosialisais ini biasanya Bappenda akan keliling disetiap kecamatan yang ada di Kabupaten Cirebon, namun tetap memprioritaskan wilayah yang memiliki potensi besar terhadap penyelenggaraan reklame. Seharusnya hal ini tidak bisa dibiarkan terus karena berpotensi munculnya tindak pelanggaran yang dilakukan masyarakat karena wilayahnya tidak menjadi prioritas dalam kegiatan ini. Hal yang perlu dibenahi adalah dengan membuat skema penyuluhan dengan durasi waktu yang lebih teratur dan berkelanjutan supaya tingkat kesadaran masyarakat akan kegiatan perpajakan ini lebih baik lagi. Tingkat pelanggaran penyelenggaraan reklame pun bisa berkurang seiring dengan adanya kegiatan penyuluhan ini.

Pandemi covid-19 yang melanda pada tahun 2020 membuat kegiatan sosialisasi sedikit terhambat. Bappenda Kabupaten Cirebon terus melakukan upaya lain salah satunya dengan melakukan sosialisasi dengan memanfaatkan media sosial. Sosialisasi tetap dilakukan dengan mengunggah konten menarik terkait dengan penyelenggaraan pajak reklame di kabupaten Cirebon. Selain itu edukasi dilakukan Bappenda dengan mencetak poster dan Banner untuk ditempatkan di beberapa kantor kecamatan yang strategis dan fasilitas publik lainnya. Dengan demikian banyak masyarakat yang membaca mengenai informasi ini dan dapat tertib dalam menjalankan kegiatan perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Upaya yang dilakukan oleh Bappenda Kabupaten Cirebon dalam rangka meningkatkan penerimaan pajak reklame melalui kegiatan penyuluhan kepada masyarakat sudah sesuai dengan teori, namun masih ditemukannya pelanggaran yang terjadi di lapangan dan kurang intensnya sosialisasi yang dilakukan membuat pelanggaran masih sering ditemukan oleh tim pengawas. Dalam hal ini pihak Bappenda harus lebih intens dalam melakukan penyuluhan kepada masyarakat agar informasi seputar pelaksanaan penyelenggaraan reklame dapat secara merata tersampaikan sehingga masyarakat dapat menjalankan kegiatan perpajakan sesuai dengan prosedur yang berlaku.



SIMPULAN

Pelaksanaan intensifikasi pajak reklame pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (Bappenda) sudah berjalan dengan baik dan cukup efektif sesuai dengan Peraturan Bupati Cirebon Nomor 9 Tahun 2012 Tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame. Hal ini terlihat dari capaian realisasi pajak reklame setiap tahun yang mencapai target, kemudian jumlah wajib pajak reklame setiap tahun mengalami kenaikan. Penerapan intensifikasi pajak reklame juga sudah sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Perubahan Atas Peraturan daerah Kabupaten Cirebon Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah. Bappenda Kabupaten Cirebon telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame salah satunya dengan program intensifikasi dengan tahapan kegiatannya yaitu melakukan pendataan wajib pajak, pengawasan di lapangan, sampai dengan melakukan tindakan tegas berupa pemberian sanksi terhadap pelanggar. Bappenda Kabupaten Cirebon melakukan upaya untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame salah satunya dengan memberikan tindakan tegas terhadap pelanggar. Upaya tersebut ternyata cukup efektif dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame dengan bertambahnya jumlah wajib pajak yang terdaftar setiap tahunnya. Namun Bappenda Kabupaten Cirebon harus melakukan sosialisasi terkait dengan peraturan daerah yang mengatur penyelenggaraan reklame, karena masih banyak ditemukan pelanggaran pajak reklame yang dilakukan masyarakat akibat dari ketidak tahuan mereka akan prosedur penyelenggaraan reklame yang benar sehingga dapat menekan tindak pelanggaran yang terjadi di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Christover, A. P., & Rondonuwu, S. (2016). Pemahaman Ekstensifikasi Wajib Pajak dan Intensifikasi Pajak Terhadap Persepsi Fiskus Tentang Penerimaan Pajak. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*. Vol.4. No. 1
- Direktorat Jenderal Pajak, Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan tata Cara Perpajakan
- Ilyas, Wirawan B dan Burton Richard. (2004). *Hukum Pajak Edisi Revisi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ismed, dkk. (2016). Intensifikasi Pemungutan Pajak Hiburan Sebagai Salah Satu Cara Meningkatkan Pendapatan Pajak Daerah Kota Malang. *Jurnal Perpajakan*. Vol.10.No1
- keputusan Bupati Cirebon Nomor 973/159-Bappenda/2020 tentang pemberian insentif / stimulus berupa pengurangan pajak daerah dan / sanksi administrasi denda pajak daerah dalam menangani dampak covid-19 di Kabupaten Cirebon
- Kurniawan, Panca dan Bagus Purwanto. (2004). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Kustiawan, Memen. (2005). *Upaya Intensifikasi dan Ekstensifikasi Pendapatan Asli Daerah Melalui Peningkatan Kualitas Aparatur Pemerintah Daerah*. *Jurnal Ilmu Administrasi*. Vol.2. No. 1
- Lexi J Moloeng. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Mardiasmo. (2003). *Perpajakan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi.
- Mardiasmo. (2006). *Perpajakan edisi revisi 2006*. Yogyakarta: Andi.
- Marihot P Siahaan. (2005). *Pajak dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Miles, Matthew B, dan A, Michael Hubberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasucha, Chaizi. (2004). *Reformasi Administrasi Publik – Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.



- Olivia Vanda N.E, Ngadiman dan Nurhasan Hamidi. (2014). Intensifikasi Pemungutan Pajak Parkir Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kota Surakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol.2. No. 3
- Pasolong, Harbani. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Makassar: Lembaga Penerbitan Universitas Hasanuddin.
- Peraturan Bupati Kabupaten Cirebon Nomor 9 Tahun 2012 tentang Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame.
- Peraturan Bupati Cirebon Nomor 15 Tahun 2019 tentang Prosedur Pelayanan Perizinan dan non Perizinan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.
- Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 2 tahun 2018 tentang perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah.
- Peraturan Daerah Kabupaten Cirebon Nomer 2 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah.
- Pudyadmoko, Sri. (2002). *Pengantar Hukum Pajak*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Purwono, Herry. (2010). *Dasar-Dasar Perpajakan & Akuntansi Pajak*. Jakarta: Erlangga.
- Putra, Ardeka Dwi. (2018). Intensifikasi Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2012-2016. Skripsi. Mahasiswa Universitas Riau.
- Rahmi, Ade. (2013). Pengaruh Intensifikasi dan Ekstensifikasi Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Guna Mewujudkan Kemandirian Keuangan Daerah. Universitas Negeri Padang.
- Resmi, Siti. (2007). *Perpajakan Teori dan Kasus Edisi III*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saddam. (2014). Intensifikasi Pemungutan Pajak Reklame dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bone. Skripsi. Mahasiswa Universitas Hasanudin.
- Setiawan, Agus. (2006). *Perpajakan Umum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siahaan, Marihot P. (2005). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Sudrajat, Ade. 2018. Strategi BPPD Kota Bandung Dalam Mencapai Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame. Skripsi. Universitas Nurtanio Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparmo dan Theresia. (2010). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Andi.
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE.06/PJ.09.2001 Tentang Pelaksanaan Ekstensifikasi Wajib Pajak dan Intensifikasi Pajak 2001.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2000 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1997 Tentang Penagihan Pajak Dengan Surat Paksa.
- Ulber Silalahi. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Usman dan Subroto. (2006). *Dasar Perpajakan dan Akuntansi Pajak*. Jakarta: Erlangga.
- Waluyo. (2011). *Perpajakan Indonesia Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Waluyo dan Wirawan B, Ilyas. (2000). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wenneo, Meiske. (2017). Intensifikasi Pemungutan dan Ekstensifikasi Sumber PAD Terhadap Kemandirian Keuangan Daerah Pemekaran: Studi Pada Kabupaten Seram Bagian Barat dan Kabupaten Kepulauan Aru Provinsi Maluku. *Jurnal Ekonomi*. Vol.XI.No.1