

---

**EFEKTIVITAS PENERIMAAN PAJAK REKLAME DAN PAJAK RESTORAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA BANDUNG PADA SAAT ERA PANDEMI COVID-19**

Oleh

Salwa Anisa Apriliani<sup>1</sup>, Suci Nasehati Sunaningsih<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

E-mail: <sup>1</sup>[salwaanisaap@gmail.com](mailto:salwaanisaap@gmail.com), <sup>2</sup>[sucinasehati@untidar.ac.id](mailto:sucinasehati@untidar.ac.id)

---

**Article History:**

*Received: 02-10-2022*

*Revised: 17-11-2022*

*Accepted: 20-11-2022*

**Keywords:**

Efektivitas, Pajak Reklame,  
Pajak Restoran, Covid-19

**Abstract:** Indonesia telah mengalami pandemi Covid-19 dari awal tahun 2020 hingga 2021, sehingga penulis tertarik untuk meneliti efektivitas pajak reklame dan pajak restoran dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Bandung di masa pandemi. Kajian ini mengambil data sasaran dan realisasi pajak daerah serta data pelaksanaan PAD Kota Bandung periode anggaran 2017-2021 dengan menggunakan metode kuantitatif. Penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui laman [ppid.bandung.go.id/](http://ppid.bandung.go.id/) dan [kota.bandung.go.id/](http://kota.bandung.go.id/) yang dikelola Pemkot Bandung. Dari hasil analisis data yang diperoleh penulis diperoleh, pajak reklame di Kota Bandung untuk periode 2017-2021 berada pada kriteria tidak efektif dengan rata-ratanya sebesar 55,03%. Pada tahun 2017-2021 pajak restoran Kota Bandung berada pada kriteria sangat efektif di setiap tahunnya, dengan tingkat efektivitas lebih dari 100% . Rata-rata kontribusi yang diberikan pajak reklame pada tahun 2017-2021 berada pada tingkat kontribusi di bawah 10%, sehingga dapat dikatakan jika pendapatan pajak reklame sangat kurang berkontribusi dalam meningkatkan PAD. Rata-rata kontribusi pajak restoran berada pada tingkat kontribusi 10%-20% maka dapat diartikan bahwa tingkat kontribusi pajak restoran dalam meningkatkan PAD sangat kurang terutama setelah adanya pandemi Covid-19.

---

**PENDAHULUAN**

Pada bulan Maret Tahun 2020 lalu, Indonesia pertama kali mengkonfirmasi kasus Covid-19 dan terus bertambah seiringnya waktu. Akhirnya, Organisasi Kesehatan Dunia menyatakan status Pandemi untuk Covid-19 yang artinya jika wabah ini telah menyebar meliputi daerah geografis yang luas (belahan dunia). Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia menghimbau untuk selalu menerapkan prosedur kebersihan, termasuk menjaga jarak, memakai masker, menghindari keramaian, dan pembatasan sosial untuk mengurangi kasus positif Covid-19. Hal tersebut mengubah perilaku hidup masyarakat yang dikenal dengan istilah *New Normal*. Dengan adanya himbuan pembatasan sosial atau *social distancing* dan

juga *lockdown* saat pandemi Covid-19 maka dapat menyebabkan terjadinya penurunan aktivitas ekonomi dari berbagai daerah di Indonesia. Kapasitas setiap daerah untuk menjalankan otonominya tergantung pada PAD tersebut. Pajak merupakan aliran pendapatan yang paling berpengaruh terhadap kapasitas pemerintah daerah.

Bandung merupakan kota terbesar kedua di Indonesia yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang relatif pesat. Tercermin dari pertumbuhan sektor ekonomi di Kota Bandung khususnya pada sektor perdagangan. Dapat dilihat bahwa untuk sektor perdagangan di Kota Bandung telah bertambah banyak rumah makan, cafe, restoran, dan kedai yang lainnya. Mengingat perkembangan sektor komersial, pendapatan reklame dan pajak restoran berpotensi besar untuk memaksimalkan PAD Kota Bandung. Tentunya semua pelaku usaha pasti memerlukan media promosi untuk mengenalkan usahanya ke masyarakat luas dan biasanya para pelaku usaha akan menggunakan media reklame sebagai media promosi. Kemudian, masyarakat yang memiliki tempat makan/minum, seperti cafe, restoran, kedai makan akan dipungut pajak restoran untuk tempat usahanya. Beberapa jenis reklame dapat dilihat di pinggir Kota Bandung karena banyak sekali media reklame yang dipasang.

Banyak masyarakat yang memiliki tempat makan/minum akan berusaha mempromosikan jenis usahanya menggunakan media reklame, maka dari itu pajak reklame dan restoran tersebut saling berhubungan untuk mengembangkan industri di Kota Bandung. Pajak restoran dan reklame memiliki potensi paling besar untuk mendongkrak pendapatan asli daerah Bandung. Sejak pemerintah daerah Kota Bandung menerapkan kebijakan PSBB, aktivitas ekonomi di lingkungan masyarakat mulai menurun seperti lapangan usaha penyedia akomodasi serta makan minum juga ikut terkena dampaknya. Serta masih banyaknya pelanggaran-pelanggaran terhadap reklame, antara lain pelanggaran mengenai izin lokasi pemasangan dan adanya pihak pemasang reklame yang tidak memperhatikan masa berlakunya, sehingga banyak reklame yang terpasang tanpa adanya konfirmasi perpanjangan reklame yang nantinya akan membuat pendapatan daerah menurun. Total pendapatan yang dihitung dari kedua sektor pajak tersebut dapat menentukan pengaruhnya dalam peningkatan PAD Bandung.

Terdapat beberapa artikel terdahulu dengan topik pajak daerah reklame dan restoran. Eka Yunita dan Yuliandi (2021) dalam penelitiannya "Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bogor" menyimpulkan bahwa pendapatan pajak reklame dan restoran dari Kota Bogor sangat efektif sehingga membuktikan Pemerintah Kota Bogor telah menjalankan otonominya dengan sangat baik. Zulia Hanum (2021) "Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Masa Covid-19 Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Langkat" menyimpulkan bahwa di tahun 2020 atau saat adanya pandemi terjadi penurunan yang signifikan dan dinilai tidak efektif untuk penerimaan pajak reklame Kabupaten Langkat. Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu tersebut, penulis merasa tertarik untuk menganalisis efektivitas pajak reklame dan pajak restoran guna peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung selama pandemi Covid-19. Selain itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengkaji efektivitas penerimaan pajak dari restoran dan reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung pada masa pandemi Covid-19.

## **LANDASAN TEORI**

### **Pendapatan Asli Daerah**

Pendapatan asli daerah adalah total penghasilan sektor pajak, restribusi, hasil usaha milik daerah, dan pendapatan lain yang sah. Menurut Indra Hakim, pengertian PAD yaitu hasil penerimaan daerah yang diperoleh berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan. Pendapatan asli daerah meliputi tunjangan, pajak, hasil klasifikasi barang lokal, dan pendapatan pokok lainnya yang sah.

### **Pajak Daerah**

Pajak memiliki pengertian yaitu kontribusi wajib kepada organisasi ataupun individu untuk daerah tanpa pemerataan langsung dan bersifat memaksa sesuai hukum yang berlaku, serta tujuannya digunakan bagi kemajuan rakyat. Pajak daerah adalah pembayaran wajib badan ataupun individu yang tidak dikompensasikan ke daerah setempat berdasarkan peraturan yang berlaku untuk tujuan pembiayaan pembangunan daerah.

### **Pajak Reklame**

Pajak reklame didefinisikan sebagai iuran yang wajib dilakukan bagi badan ataupun individu kepada daerah yang dikompensasikan untuk pengadaan reklame tanpa imbalan. Reklame harus memuat segala bentuk yang dimaksudkan untuk mempromosikan, memperkenalkan, atau mengajak masyarakat umum untuk tertarik pada suatu produk, jasa, badan atau orang yang dapat dirasa, dilihat, dan dinikmati seseorang, objek atau media.

### **Pajak Restoran**

Pajak restoran adalah tarif yang dibayarkan untuk layanan tempat makan kepada konsumennya. Restoran merupakan tempat yang diberikan oleh pemasok makanan atau minuman kepada konsumen kemudian akan dipungut biaya, jenis-jenis dari restoran yaitu seperti bar, kantin, rumah makan, kafetaria, warung, dan lain-lain yang termasuk katering atau jasa usaha makanan.

### **Efektivitas**

Efektivitas adalah hubungan output dengan tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan, efektivitas pajak merupakan alat untuk menghitung total penerimaan dan target dari pajak tersebut. Setiap pemerintahan daerah akan dinilai mampu merealisasikan pajak daerahnya apabila tingkat efektivitas masuk ke dalam kategori yang efektif.

## **METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Metode deskriptif kuantitatif diterapkan penulis sebagai dasar dalam pengolahan data penelitian laporan realisasi anggaran berupa data anggaran dari pelaksanaan pajak restoran dan reklame serta realisasi penerimaan asli daerah Kota Bandung periode anggaran 2017-2021. Penelitian ini memperoleh data untuk diteliti melalui laman *ppid.bandung.go.id* dan *data.bandung.go.id* yang dikelola Pemerintah Kota Bandung.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Penulis menggunakan studi pustaka sebagai teknik dasar dalam pengumpulan data penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan memperoleh sumber data berupa dokumen resmi yang diperlukan untuk melengkapi penelitian.

### **Analisis Data**

Penulis akan menguji data penelitian dengan rumus analisis efektivitas dan kontribusi yang disajikan bentuk tabel.

#### 1) Analisis Efektivitas

Efektivitas merupakan alat untuk mengukur berhasil atau tidaknya realisasi dari tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

$$\text{Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Pajak Daerah}}{\text{Target Pajak Daerah}} \times 100\%$$

**Tabel 1. Tabel Kriteria Efektivitas**

Kriteria Efektivitas (%)	Keterangan
>100%	Sangat Efektif
90-100%	Efektif
80-90%	Cukup Efektif
60-80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

Sumber: Kepmendagri Nomor 690.900.327 (Tahun 2006)

## 2) Analisis Kontribusi

Kontribusi merupakan alat pengukuran besaran atau kecilnya hasil pajak daerah atas PAD yang diterima.

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi Pajak Daerah}}{\text{Realisasi PAD}} \times 100\%$$

**Tabel 2. Tabel Kriteria Kontribusi**

Kriteria Kontribusi (%)	Keterangan
>50	Sangat Baik
40,10-50,00	Baik
30,10-40,00	Cukup Baik
20,10-30,00	Sedang
10,00-20,00	Kurang Baik
<10	Sangat Kurang

Sumber: Kepmendagri Nomor 690.900.327 (Tahun 2006)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung

**Tabel 3. Tabel Perhitungan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame**

Tahun	Target	Realisasi	Efektivitas	Kriteria
2017	Rp240.548.569.530	Rp12.861.104.404	5,30%	Tidak Efektif
2018	Rp239.999.999.996	Rp23.864.890.222	9,94%	Tidak Efektif
2019	Rp214.703.683.216	Rp29.493.496.814	13,73%	Tidak Efektif
2020	Rp22.000.000.000	Rp27.611.924.915	125,50%	Sangat Efektif
2021	Rp16.000.000.000	Rp19.312.953.895	120,70%	Sangat Efektif
<b>Rata-Rata Efektivitas</b>			<b>55,03%</b>	Tidak Efektif

Sumber: Data diolah, 2022

Dilihat dari tabel 3 hasil perhitungan tersebut, Kota Bandung menunjukkan tingkat efektivitas pajak reklame yang rendah atau tidak efektif, yakni di tahun 2017 sampai dengan

tahun 2021 memiliki total dibagi lima tahun menjadi sebesar 55,03%. Presentase tersebut menunjukkan jika jumlah efektivitas dari pajak reklame memiliki rata-rata  $\leq 60\%$  atau kurang dari 60%. Dapat dilihat pada tahun 2017 hingga tahun 2019 terjadi peningkatan secara signifikan, dimana pada tahun 2017 presentase efektivitasnya sebesar 5,30% yang artinya masuk kriteria tidak efektif, lalu pada di tahun 2018 terjadi peningkatan sebesar 4,64% dari tahun sebelumnya menjadi 9,94% yang artinya masih kurang efektif, presentase efektivitasnya meningkat lagi menjadi 13,73% pada tahun 2019, namun tetap dalam kriteria ketidakefektifan. Pajak reklame Kota Bandung kembali mengalami kenaikan yang sangat pesat untuk tahun 2020 menjadi sebesar 125,50 dan dinilai sangat efektif. Dapat dilihat di tahun 2020 yaitu awal mula adanya Pandemi Covid-19, target dari penerimaan pajak reklame mengalami penurunan sehingga membuat tingkat efektivitasnya menjadi masuk ke kriteria sangat efektif. Tetapi, pada tahun 2021 presentase efektivitas mulai menurun dengan total sebesar 120,70% yang artinya meskipun terjadi pandemi, pendapatan dari pajak reklame masih sangat efektif.

#### Efektivitas Penerimaan Pajak Restoran Kota Bandung

**Tabel 4. Tabel Perhitungan Efektivitas Penerimaan Pajak Restoran**

Tahun	Target	Realisasi	Efektivitas	Kriteria
2017	Rp267.500.000.000	Rp278.760.356.895	104,21%	Sangat Efektif
2018	Rp310.000.000.000	Rp325.361.592.026	104,96%	Sangat Efektif
2019	Rp325.000.000.000	Rp368.643.895.428	113,43%	Sangat Efektif
2020	Rp200.000.000.000	Rp212.685.094.158	106,34%	Sangat Efektif
2021	Rp192.700.000.000	Rp208.580.295.307	108,24%	Sangat Efektif
<b>Rata-Rata Efektivitas</b>			107,44%	Sangat Efektif

Sumber: Data diolah, 2022

Pada hasil perhitungan tabel 4, diperoleh untuk anggaran dan realisasi pajak restoran Kota Bandung di setiap tahunnya selalu terjadi kenaikan. Di tahun 2017 hingga tahun 2021 Kota Bandung memiliki tingkat keefektifan pajak reklame yang masuk kriteria sangat efektif. Nilai total selama 5 tahun tersebut sebesar 107,44% atau mencapai di atas 100% karena jumlah pendapatan pajak restoran lebih dari sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Akan tetapi, untuk presentase efektivitas pajak restoran juga tidak mengalami kenaikan secara terus menerus. Pada tahun 2017, pajak restoran Kota Bandung memiliki efektivitas yang paling rendah sebesar 104,21%, kemudian pada tahun 2018 sedikit mengalami kenaikan tingkat efektivitas sebesar 104,96% mempengaruhi keefektifan dari pajak restoran. Adapun presentase efektivitas pajak restoran Kota Bandung yang paling tinggi dengan nilai 113,43% berada di tahun 2019, kemudian terjadi penurunan pajak restoran di tahun 2020 menjadi sebesar 106,34% dikarenakan pada saat itu Indonesia mulai menerapkan sistem *lockdown* sehingga banyak restoran yang sulit untuk beroperasi. Pada tahun 2021 tingkat efektivitasnya mengalami kenaikan kembali yaitu menjadi 108,24%.

#### Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung

**Tabel 5. Tabel Perhitungan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame**

Tahun	Realisasi Pajak Reklame	Realisasi PAD	Kontribusi	Kriteria
2017	Rp12.861.104.404	Rp2.578.000.000.000	0,49%	Sangat Kurang
2018	Rp23.864.890.222	Rp2.571.000.000.000	0,93%	Sangat Kurang

2019	Rp29.493.496.814	Rp2.548.000.000.000	1,16%	Sangat Kurang
2020	Rp27.611.924.915	Rp2.063.000.000.000	1,34%	Sangat Kurang
2021	Rp19.312.953.895	Rp2.195.000.000.000	0,88%	Sangat Kurang
<b>Rata-Rata Kontribusi</b>			<b>0,96%</b>	Sangat Kurang

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil analisis Tabel 5 menjelaskan bahwa pajak reklame Kota Bandung dari tahun 2017 hingga 2021 masih memberikan kontribusi yang sangat kecil terhadap peningkatan PAD. Hal ini diketahui bahwa penerimaan pajak reklame sangat kurang dalam berkontribusi karena total presentase dibagi lima tahun hanya sebesar 11,55% atau berada di antara 10-20%. Pada tahun 2017, nilai kontribusi penerimaan pajak reklame di Kota Bandung hanya berjumlah 0,49%, namun di tahun 2018 mengalami sedikit peningkatan menjadi sebesar 0,93%, berikutnya di tahun 2019 nilai kontribusi penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan kembali sebesar 1,16%, lalu nilai kontribusi paling tinggi selama periode penelitian terjadi pada tahun setelah diterapkannya sistem *lockdown* Pandemi Covid-19 yaitu pada tahun 2020, nilai kontribusinya sebesar 1,34%, dan nilai kontribusi di tahun 2021 menurun cukup drastis hingga sebesar 0,88%.

#### Kontribusi Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung

**Tabel 6. Tabel Perhitungan Kontribusi Penerimaan Pajak Restoran**

Tahun	Realisasi Pajak Restoran	Realisasi PAD	Kontribusi	Kriteria
2017	Rp278.760.356.895	Rp2.578.000.000.000	10,81%	Kurang Baik
2018	Rp325.361.592.026	Rp2.571.000.000.000	12,65%	Kurang Baik
2019	Rp368.643.895.428	Rp2.548.000.000.000	14,47%	Kurang Baik
2020	Rp212.685.094.158	Rp2.063.000.000.000	10,31%	Kurang Baik
2021	Rp208.580.295.307	Rp2.195.000.000.000	9,50%	Sangat Kurang
<b>Rata-Rata Kontribusi</b>			<b>11,55%</b>	Kurang Baik

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa pajak restoran Kota Bandung belum berkontribusi terhadap PAD dari tahun 2017 hingga 2021. Kontribusi penerimaan pajaknya memiliki nilai rata-rata sebesar 11,55% dengan kriteria kontribusi sangat kurang karena nilai presentasenya berada di antara 10-20%. Nilai kontribusi pajak restoran mengalami peningkatan secara fluktuatif dengan presentase sebesar 10,81% terjadi di tahun 2017 dan meningkat dengan presentase sebesar 12,65% untuk tahun 2018, kemudian nilai kontribusi paling tinggi selama periode penelitian adalah pada tahun 2019 dengan nilai kontribusi sebesar 14,47%, dan kembali terjadi penurunan di tahun 2020 yang disebabkan karena adanya pandemi dengan nilai kontribusi sebesar 10,31% sedangkan pajak restoran dengan kontribusi terendah terjadi di tahun 2021 yakni hanya sebesar 9,50%.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari analisis di atas, penulis menyimpulkan bahwa:

1. Dilihat dari hasil analisis yang telah dilakukan, pajak reklame di Kota Bandung memiliki tingkat efektivitasnya yang berbeda setiap tahunnya. Selama tiga tahun sebelum adanya Pandemi Covid-19 yakni di tahun 2017 hingga tahun 2019, pajak reklame dinilai tidak efektif dengan presentase kurang dari 60%. Sedangkan pada tahun 2020 dan tahun 2021 yaitu setelah adanya pandemi Covid-19, tingkat efektivitas pajak reklame lebih

dari 100% atau sangat efektif. Tingkat efektivitas yang diberikan pajak reklame berada pada kategori tidak efektif.

2. Untuk tahun 2017 hingga 2021 presentase efektivitas pajak restoran Kota Bandung selalu berada pada kriteria sangat efektif di setiap tahunnya, dengan tingkat efektivitas lebih dari 100% . Pada saat terjadinya Covid-19 yaitu di tahun 2020 pajak restoran mengalami penurunan menjadi sebesar 106,34% dikarenakan pada saat itu Indonesia mulai menerapkan sistem lockdown sehingga banyak restoran yang sulit untuk beroperasi. Pada tahun 2021 tingkat efektivitasnya mengalami kenaikan kembali yaitu menjadi 108,24%.
3. Untuk tahun 2017 hingga tahun 2021 pajak reklame Kota Bandung memiliki kontribusi yang sangat kurang secara keseluruhan dalam penerimaannya. Jika dirata-rata maka pajak reklame memiliki kontribusi di bawah 10% maka dapat dikatakan bahwa penerimaan reklame kurang berkontribusi terhadap peningkatan PAD Kota Bandung.
4. Pajak restoran Kota Bandung di tahun 2017 hingga tahun 2020 mempunyai kontribusi kurang baik. Tingkat kontribusi pajak restoran berada pada nilai paling rendah yaitu di tahun 2021 sebesar 9,50% sehingga dapat dikatakan pajak restoran Kota Bandung tahun 2021 masih sangat kurang berkontribusi terhadap PAD. Jika dijumlahkan semua dan dibagi lima tahun maka pajak restoran Kota Bandung berada pada tingkat kontribusi 10%-20%, maka dapat diartikan bahwa pajak restoran sangat kurang dalam memberikan kontribusinya untuk meningkatkan PAD Kota Bandung terutama setelah adanya pandemi Covid-19.

#### **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis sampaikan, adapun usulan untuk Pemerintah Kota Bandung antara lain:

1. Dilihat dari kesimpulan telah dijelaskan bahwa pajak reklame memiliki efektivitas yang kurang dan untuk pajak restoran tergolong cukup efektif, sehingga diharapkan pemerintah Kota Bandung dapat terus meningkatkan tingkat efektivitas dengan memberikan pemahaman kepada publik tentang pentingnya membayar pajak iklan dan pajak restoran agar meningkatkan kesadaran kewajiban membayar pajak. Dengan adanya kesadaran membayar pajak dari masyarakat maka pendapatan pajak reklame dan restoran dapat memiliki efektifitas yang baik.
2. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menyatakan bahwa pajak reklame dan restoran sangat kurang berkontribusi untuk pemerintah Kota Bandung, sehingga pemerintah harus meningkatkan kontribusi dan mengoptimalkan pelayanan pajak, serta pemerintah perlu memberlakukan peringatan atau hukuman yang tegas bagi pelanggar peraturan dari pemerintah daerah Kota Bandung.
3. Jika peneliti lain sedang mengerjakan topik yang serupa, maka disarankan untuk memasukkan variabel independen lainnya untuk mengeksplorasi lebih mendalam dan memperpanjang masa studi agar penelitian lebih komprehensif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Adi, R. W., Tinangon, J. J., & Elim, I. (2020, Oktober). Evaluasi Efektivitas Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Reklame, Pajak Hiburan dan Kontribusi di Pemerintah Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 261-267.
- [2] Badan Pendapatan Daerah. (2017-2021). Portal Data Kota Bandung. Retrieved from

Target dan Realisasi Pajak Berdasarkan Mata Pajak di Kota Bandung: [http://data.bandung.go.id/beta/index.php/portal/detail\\_dataset/target-dan-realisasi-pajak-berdasarkan-mata-pajak-di-kota-bandung](http://data.bandung.go.id/beta/index.php/portal/detail_dataset/target-dan-realisasi-pajak-berdasarkan-mata-pajak-di-kota-bandung)

- [3] Dotulong, G. A., Saerang, D. P., & Poputra, A. T. (2014, Mei). Analisis Potensi Penerimaan dan Efektivitas Pajak Restoran di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(2), 92-107.
- [4] Hanum, Z. (2021, Desember). Analisis Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Masa Covid-19 Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmu ekonomi dan Studi Pembangunan*, 21(2). doi:10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.8416
- [5] Kustiyah, E., & Suryani. (2014-2015, Agustus-Januari). Efektivitas Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Surakarta. *Jurnal Paradigma*, 12(2), 197-226.
- [6] Mahyudin, Nastia, & Sa'ban, L. A. (2021). Efektivitas Pemungutan Pajak Restoran dalam Meningkatkan Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Kota Baubau. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 10(1), 85-94.
- [7] Makalew, M. D., Nangoi, G. B., & Lambey, R. (2018). Analisis Potensi dan Efektivitas Penerimaan Pajak Restoran di Kota Tomohon. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 13(2), 57-67.
- [8] PPID. (2017-2021). PPID Kota Bandung. Retrieved from <https://ppid.bandung.go.id/kb/informasi-publik/informasi-berkala-ppid-kota-bandung/laporan-keuangan/>
- [9] Saifudin, & Nugroho, K. A. (2021, Desember). Pajak Reklame: Efektivitasnya Terhadap PAD Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(4), 304-314.
- [10] Saraswati, D., & Hrp, A. P. (2020, Januari). Analisis Penerimaan Pajak Hotel dan Pajak Restoran (Studi Kasus Kota Medan). *Jurnal Perpajakan*, 1(2), 169-181.
- [11] Setiawati, G. F., & Gayatrie, C. R. (2018, November). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 1(2), 127-136.
- [12] Soleh, A. (2020, Juni). Analisis Pajak Reklame Dalam Upaya Meningkatkan PAD Di Kabupaten Sarolangun. *Jurnal Development*, 8(1), 24-95.
- [13] Suoth, C., Morasa, J., & Tirayoh, V. (2022, Januari). Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 10(1), 917-925.
- [14] Wotulo, F., Gamaliel, H., & Maradesa, D. (2021, Juli - Desember). Evaluasi Pajak Restoran Pada Masa Pandemi COVID-19 Di Kota Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 5(1), 207-215.
- [15] Yulia, I. A. (2020). Pengaruh Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus Pada Bapenda Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 333-338. Septiansyah, I.,
- [16] Setiawati, G. F., & Gayatrie, C. R. (2018, November). Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Semarang. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 1(2), 127-136.
- [17] Soleh, A. (2020, Juni). Analisis Pajak Reklame Dalam Upaya Meningkatkan PAD Di Kabupaten Sarolangun. *Jurnal Development*, 8(1), 24-95.
- [18] Wotulo, F., Gamaliel, H., & Maradesa, D. (2021, Juli - Desember). Evaluasi Pajak Restoran

- Pada Masa Pandemi COVID-19 Di Kota Manado. Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum), 5(1), 207-215.
- [19] Yulia, I. A. (2020). Pengaruh Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Studi Kasus Pada Bapenda Kota Bogor. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 8(3), 333-338.

802

JCI

Jurnal Cakrawala Ilmiah

Vol.2, No.3, November 2022

---

**HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN**