

## Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang

**Michelle Isabella**

Universitas Maritim Raja Ali Haji

**Ramadhani Setiawan**

Universitas Maritim Raja Ali Haji

**Chaerey Ranba Sholeh**

Universitas Maritim Raja Ali Haji

Alamat: Jl. Raya Dompok, Dompok, Kec. Bukit Bestari, Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau 29115

Korespondensi penulis: [michellelumongdong0513@gmail.com](mailto:michellelumongdong0513@gmail.com)

**Abstract.** *The advertising permit policy is a problem that is still being faced by the City of Tanjungpinang. The background of this research is to see how the evaluation of the advertisement permit policy is carried out by the Investment and One-Stop Service Office of Tanjungpinang City based on Mayor Regulation Number 70 of 2021 concerning billboard organizers and procedures for advertisement permits. This study uses a descriptive method with a qualitative approach and uses the theory of William N Dunn (2003:429-499) with indicators: effectiveness, efficiency, adequacy, alignment, responsiveness, accuracy. The purpose of this research is to describe and analyze the licensing policy and advertising tax collection system, as well as the constraints on licensing and collection. In this case, by looking at licensing, arrangement and implementation of advertisements that have not run optimally in accordance with the mayor's regulation no. 70 of 2021 regarding the organizers and procedures for advertising permits. This research raises two issues: First, what is the advertising licensing policy in Tanjungpinang City. Second, what are the obstacles in licensing and structuring billboards in Tanjungpinang City. This study resulted in the conclusion that the permitting and arrangement of billboards carried out by DPMPSTP of Tanjungpinang City was not maximized, this was based on the results of research in the field, even though the BPPRD in particular had regulated and collected advertisement tax based on regional regulation number 2 of 2011 concerning regional taxes.*

**Keywords:** *Policy Evaluation, Advertising Licensing, Taxes*

**Abstrak.** Kebijakan izin reklame merupakan permasalahan yang masih dihadapi oleh Kota Tanjungpinang. Penelitian ini dilatar belakangi untuk melihat bagaimana evaluasi kebijakan izin reklame yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 70 tahun 2021 tentang penyelenggara reklame dan tata cara izin reklame. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif serta menggunakan teori William N Dunn (2003:429-499) dengan indikator: efektivitas, efisiensi, kecukupan, perataan, responsivitas, ketepatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis kebijakan izin dan sistem pemungutan pajak reklame, serta kendala-kendala dalam perizinan dan pemungutannya. Dalam hal ini dengan melihat perizinan, penataan dan pelaksanaan reklame yang belum berjalan maksimal sesuai dengan peraturan walikota no. 70 tahun 2021 tentang penyelenggara dan tata cara izin reklame, Penelitian ini mengangkat dua permasalahan: Pertama, bagaimana kebijakan perizinan reklame di Kota Tanjungpinang. Kedua, apa kendala dalam perizinan dan penataan reklame di Kota Tanjungpinang. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa perizinan dan penataan reklame yang dilakukan oleh DPMPSTP Kota Tanjungpinang belum maksimal, hal ini berdasarkan hasil penelitian di lapangan, serta BPPRD khususnya telah mengatur dan memungut pajak reklame yang berpedoman pada peraturan daerah nomor 2 tahun 2011 tentang pajak daerah

**Kata Kunci:** Evaluasi Kebijakan, Perizinan Reklame, Pajak.

## **LATAR BELAKANG**

Kebijakan pemerintah kota Tanjungpinang dalam mengelola pemungutan pendapatan asli daerah melalui sektor pajak daerah dioptimalkan sebagai salah satu pendapatan daerah. Kota Tanjungpinang harus mampu memaksimalkan seluruh potensi daerah yang bersumber dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) agar dapat berfungsi sebagai daerah otonom. Ada empat sumber pendapatan dari Pendapatan Asli Daerah (PAD), menurut Mulyadi (Kusuma 2013), yaitu: pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan pendapatan daerah yang dipisahkan, dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) lain yang sah. Pajak daerah merupakan salah satu dari empat faktor yang dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Lester dan Stewart (Leo Agustino, 2008:185) menjelaskan bahwa evaluasi ditujukan untuk melihat sebagian-sebagian kegagalan suatu kebijakan dan untuk mengetahui apakah kebijakan yang telah dirumuskan dan dilaksanakan dapat menghasilkan dampak yang diinginkan. Fungsi yang paling mendasar dari dilakukannya evaluasi kebijakan adalah untuk memberikan informasi yang valid tentang kinerja dari kebijakan, serta mencari solusi terhadap kritik atas nilai yang mendasari tujuan, target dan pelaksanaan dari kebijakan. Tak terkecuali bagi kebijakan izin reklame perlu untuk melakukan evaluasi kebijakan perizinan tersebut. Perwako No.70 tahun 2021 menetapkan kebijakan perizinan penyelenggara reklame dapat mencapai tujuan yang pada akhirnya bisa membina, membentengi dan mengatasi permasalahan yang muncul di kota Tanjungpinang.

Kebijakan perizinan sendiri sudah berjalan cukup lama sehingga perlu ditinjau atas tingkat keberhasilannya kebijakan program tersebut, karena dalam pelaksanaannya kebijakan izin reklame belum menunjukkan hasil kinerja kebijakan secara maksimal, melihat jumlah reklame tidak berizin cukup banyak. Oleh karena itu, bila mana ingin mengetahui apakah tujuan yang dirumuskan dapat tercapai, apakah aktivitas atau kegiatan yang telah dilakukan dan berhasil mencapai sasaran, apakah sumber daya yang dimiliki sudah dapat di arahkan secara optimal untuk mencapai tujuan, apakah sarana dan prasarana sudah berfungsi dengan baik, kesemuanya itu membutuhkan proses evaluasi kebijakan untuk dapat menjawab secara tepat.

Mardiasmo (2015:14), Pajak reklame merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang penting bagi Kota Tanjungpinang untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat serta mewujudkan kemandirian daerah, Guna meningkatkan pendapatan asli daerah, pajak reklame ini tentunya harus dibarengi dengan pelaksanaan izin pemasangan reklame yang juga baik, mudah serta

sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Agar para pengusaha/pengelola reklame yang ingin memasang reklame mendapatkan kemudahan dan bersedia mengurus perizinan reklame terlebih dahulu sehingga diharapkan tidak ada reklame yang dipasang melanggar aturan apalagi jika tidak mendapat izin pemasangan dari instansi terkait.

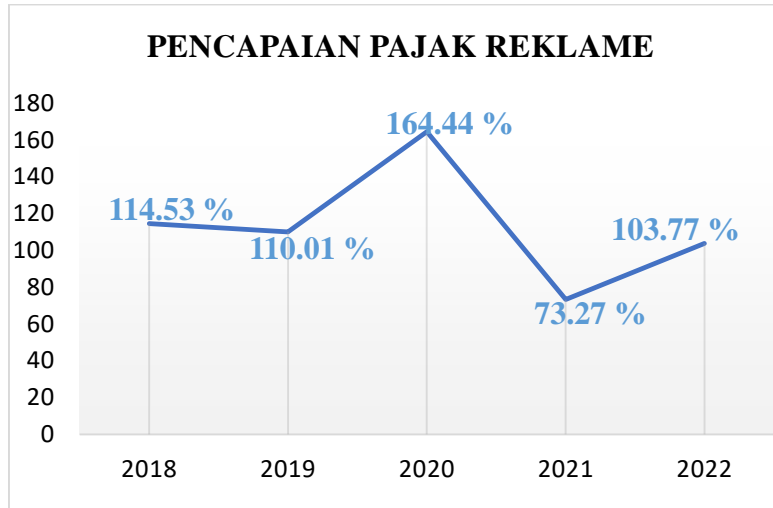
Sejalan dengan hal diatas, data berikut menunjukkan pajak reklame Kota Tanjungpinang dalam kurun waktu tahun 2018-2022.

**Tabel 1.1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Kota Tanjungpinang**

TAHUN	TARGET (Rp)	REALISASI (Rp)
2018	2.200.000.000	325.501.345.00
2019	2.704.000.000	618.500.900.00
2020	3.034.000.000	598.256.100.00
2021	4.404.585.890	374.060.785.00
2022	3.174.000.000	433.570.364.00

*Sumber: Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Tanjungpinang,2023*

**Gambar 1.1 Pencapaian Penerimaan Pajak Reklame Kota Tanjungpinang**



*Sumber: Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Tanjungpinang,2023*

Dari uraian di tabel dan gambar 1.1 diatas yaitu target, realisasi dan pencapaian penerimaan pajak reklame di Kota Tanjungpinang bisa dikatakan belum cukup optimal. Dengan demikian penerimaan pajak reklame di Kota Tanjungpinang seharusnya mengalami peningkatan karena potensinya sangat besar. Tiap tahun pengusaha yang menggunakan reklame untuk tujuan komersial selalu meningkat.

Untuk itu, setiap penyelenggara reklame diwajibkan untuk mengikuti, serta menaati Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 70 Tahun 2021 mengenai Penyelenggaraan Reklame dan Tata Cara izin Reklame di Tanjungpinang.

Berdasarkan latar belakang dan fakta dilapangan diatas, Kota Tanjungpinang ada beberapa fenomena-fenomena yang ditemukan yaitu :

1. adanya keberadaan reklame ilegal yang tidak memiliki izin untuk berdiri.
2. bahwa masih ada reklame yang belum tertata dengan baik yaitu reklame yang terpasang pada tempat yang terlarang seperti menggunakan bahu jalan. Sesuai dengan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 20 Tahun 2010 Tentang Pemanfaatan Bagian-Bagian Jalan pada pasal 18 berbunyi bahwa “Konstruksi bangunan reklame dan media informasi tidak boleh melintang diatas jalan”.

Dari penelitian diatas maka peneliti menggunakan indikator dari teori William N Dunn (2003:429-499) :yaitu: efektivitas, efisiensi, kecukupan, perataan, responsivitas ,ketepatan. Dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui fenomena-fenomena kebijakan yang belum terlaksananya dengan tepat sasaran dan masih banyak pelanggaran-pelanggaran. Sehubungan dengan kondisi tersebut maka penulis merasa tertarik untuk membuktikan dan melakukan penelitian lebih lanjut dengan menetapkan judul **“Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang”**

## **KAJIAN TEORITIS**

Kerangka teori ini akan menguraikan tentang teori-teori yang akan dijadikan sebagai pedoman, dimana pedoman ini digunakan sebagai alat untuk menilai tentang evaluasi kebijakan izin reklame di dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu kota Tanjungpinang. Teori-teori yang akan dijelaskan adalah sebagai berikut:

### **1. Evaluasi Kebijakan**

Evaluasi biasanya ditujukan untuk menilai sejauh mana keefektifan kebijakan publik guna dipertanggungjawabkan kepada konstituennya. Evaluasi diperlukan untuk melihat kesenjangan antara “Harapan” dan “Kenyataan”. Berikut beberapa pengertian evaluasi kebijakan:

1. Badjuri dan Admin (2003) dalam Pasolong (2010 : 60), mengatakan bahwa evaluasi kebijakan merupakan salah satu tahapan penting kebijakan.
2. Dalam Jones yang telah diterjemahkan oleh Budiman (1991 : 355), Weiss mengartikan evaluasi sebagai kata elastis yang meliputi segala macam pertimbangan. Dari pendapat

Weiss tersebut, Jones menyatakan bahwa evaluasi adalah menilai manfaat dari proses serta program pemerintah

3. Dunn, Subarsono (2005) dalam Nugroho (2011 : 389) merumuskan evaluasi kebijakan sebagai suatu pemberian informasi mengenai kinerja atau memberikan hasil dari suatu kebijakan. Evaluasi digunakan untuk mempelajari tentang hasil yang diperoleh dalam suatu program untuk dikaitkan dalam pelaksanaannya, mengendalikan tingkah laku dari orang-orang yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan program, dan mempengaruhi respon dari mereka yang berada di luar lingkungan politik. Evaluasi tidak saja berguna untuk menjustifikasi kegunaan program dan inisiatif baru, peningkatan efektivitas manajemen dan administrasi program, dan mempertanggung jawabkan hasil kepada pihak yang mensponsori program tersebut (Rossi dan Freeman dalam Pasolong, 2010 : 60).

Jadi peneliti dapat menyimpulkan bahwa evaluasi kebijakan merupakan sebuah tahap dari siklus kebijakan publik yang berguna untuk menilai secara obyektif tentang sejauh mana sebuah kebijakan dapat memberikan dampak bagi penyelesaian masalah-masalah publik.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian yang berjudul “Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang”, dengan menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Menurut Miles dan Huberman, penelitian kualitatif memberikan laporan yang komprehensif dan didukung dengan baik serta menjelaskan proses yang terjadi secara lokal. Dengan data kualitatif, hal ini dapat dipahami alur kronologis peristiwa, mengevaluasi sebab dan akibat di benak penduduk setempat, dan mendapatkan penjelasan yang banyak dan bermanfaat.(Dr. Ulber Silalahi, 2009) Karena memperoleh data adalah tujuan utama dari penelitian, maka teknik pengumpulan data merupakan salah satu cara yang paling strategis untuk melakukan penelitian. Maka Penggunaan teknik pengumpulan data pada penelitian ini,(Sugiyono, 2017) yaitu antara lain: observasi, wawancara dan dokumentasi.

Analisis data adalah proses metadis yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengumpulkan dan mengatur informasi dari catatan lapangan, wawancara, dan sumber lain sehingga mudah dipahami dan dikomunikasikan kepada orang lain.(Sugiyono, 2017) maka ada tiga komponen dalam analisis data, yaitu sebagai berikut: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan Hasil Penelitian yang dilakukan tentang Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang.

Berdasarkan Indikator Evaluasi Kebijakan menurut William N. Dunn (2003:429-499) yang dilihat berdasarkan efektivitas, efisiensi, kecukupan, responsivitas, perataan dan ketepatan yaitu sebagai berikut:

### **1. Efektivitas**

Efektivitas dilihat dari apakah suatu alternatif mencapai hasil (akibat) yang diharapkan, atau mencapai tujuan diadakannya tindakan. Efektivitas biasanya selalu diukur dengan hal yang berkaitan dengan unit produk atau nilai moneterinya. Namun dilihat dari efektivitas yang sudah dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang masih belum bisa dikatakan 100% sepenuhnya berjalan dalam pencapaiannya, karena ada beberapa kendala yang terjadi, salah satunya yaitu tentang kesadaran para penyelenggara reklame itu sendiri untuk melakukan perizinan reklame yang merupakan suatu kewajiban untuk membangun reklame di kota tanjungpinang, Adapun hambatan yang disebabkan karena masih ada Tim Teknis yang tidak mengikuti prosedur yang ditetapkan dikarenakan kurangnya koordinasi dan pengurusan administrasi yang serba lambat baik itu dari pihak kami atau dari pihak Masyarakat yang mengurus izin reklame.

### **2. Efisiensi**

Efisiensi biasanya diukur dengan perhitungan sumber daya yang digunakan untuk mencapai efektifitas tertentu. Namun Untuk efisiensi seperti biaya yang dipergunakan untuk melakukan pencapaian target yang diharapkan khususnya di kantor Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang memang cukup besar, Dana anggaran dialokasikan untuk pemeliharaan reklame juga tidak mencukupi. Hambatan yang dialami selama pelaksanaan kegiatan ini yaitu kebijakan ini masih belum didukung oleh dana untuk melakukan sosialisasi

### **3. Kecukupan**

Kecukupan menyangkut seberapa jauh suatu tingkatan efektivitas kebijakan yang dibuat oleh pejabat pemerintah untuk memenuhi kebutuhan nilai, atau peluang yang menciptakan masalah. Namun dilihat dari kecukupannya, upaya yang telah dilakukan yaitu melakukan sosialisasi kepada para penyelenggara reklame untuk taat terhadap prosedur

tersebut, serta ada cara yang lebih berguna untuk masyarakat dengan melakukan perizinan lewat aplikasi sicantik, daftar lebih efisien bisa dimana saja dan lebih terjangkau untuk para penyelenggara reklame

#### **4. Perataan**

Perataan berkaitan erat dengan rasionalitas hukum dan sosial dan merujuk pada distribusi akibat dan usaha antar kelompok dalam masyarakat. Termasuk dalam keadilan adalah akuntabilitas publik, akuntabilitas publik merupakan ukuran yang menunjukkan apakah aktivitas seseorang atau lembaga dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku. Namun Dinas menerapkan pelayanan izin reklame yang adil dan merata kepada masyarakat yang mengurus izin reklame, dan dalam mengelola reklame disini tidak memandang status sosial, baik yang mengurus kelas bawah maupun kelas atas tetap dilayani. Begitu juga masyarakat yang sudah mengurus izin reklame selama proses perizinan, pelayanan yang diberikan sesuai antrian yang ada, mana yang lebih dulu akan dilayani terlebih dahulu dan cukup adil dalam memperlakukan yang akan mengurus izin dan mereka yang mengurus izin reklame tidak mendapat perlakuan diskriminatif selama pengurusan reklame tersebut.

#### **5. Responsivitas**

Mengenai bagaimana sejauh mana suatu kebijakan memuaskan kebutuhan, preferensi atau nilai-nilai kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat. Bicara soal responsivitas, responsivitas masyarakat terhadap pembayaran pajak kadang ada yang tepat waktu namun ada pula yang telat bayar. Nah untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, solusinya yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, bisa berupa sosialisasi dan lain sebagainya

#### **6. Ketepatan**

Mengacu pada apakah hasil dari alternatif yang direkomendasikan merupakan pilihan tujuan yang tepat. Namun Untuk alternatif yang sudah dilakukan dalam pencapaian perataan kepada masyarakat kota Tanjungpinang sudah dilakukan dengan baik dan semaksimal mungkin karena dalam perizinan faktor perizinan bisa banyak macamnya, dan ini tidak boleh diabaikan oleh pemerintah. Tingkat penerimaan dan kepuasan hasil kebijakan izin reklame melalui IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat) diketahui sebagian besar masyarakat puas terhadap pelayanan izin reklame, terkait Kontribusi kebijakan pelayanan izin reklame selama ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan DPMPTSP.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti melalui teknik analisis data yakni observasi wawancara, dan dokumentasi, dengan Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang. Temuan dari teori William N Dunn (429-499) terdiri dari aspek:

### **1. Efektivitas**

Dalam kebijakan izin reklame di Kota Tanjungpinang khususnya yang dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang sudah sesuai dan berpedoman pada Peraturan walikota no.70 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Reklame dan tata cara izin reklame. Namun dalam pelaksanaannya belum berjalan maksimal dalam hal realisasi target yang sudah ditetapkan sesuai dengan pedoman Peraturan walikota no.70 tahun 2021 yang membahas tentang penyelenggaraan reklame. Efektivitas yang telah dilakukan Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang, Badan Pengelolaan Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Tanjungpinang, serta SATPOL PP masih belum optimal dikarenakan terdapat beberapa kendala yang terjadi salah satunya mengenai masalah internal yang ada terkait data yang kurang update, kesadaran masyarakat itu sendiri dalam kewajiban melakukan perizinan terlebih dahulu, serta kewajiban membayar pajak reklame.

### **2. Efisiensi**

Pada kriteria efisiensi ini terdapat permasalahan yang tidak dapat diselesaikan seperti kurangnya sumber daya manusia yang ada dinas DPMPTSP, SATPOL PP dan BPPRD, Serta biaya yang cukup besar untuk mencapai target.

### **3. Kecukupan**

Kecukupan dari segi efektifitas masih memiliki kendala yaitu data setiap penyelenggara reklame masih banyak yang belum update dan kurang dalam penindakan pengawasan reklame sehingga banyaknya reklame tidak berizin di kota Tanjungpinang.

### **4. Perataan**

Dalam penerapan perataan kepada masyarakat Kota Tanjungpinang sudah dilakukan dengan baik dan semaksimal mungkin karna dalam pembayaran pajak dimasa covid-19 kemaren dari SK walikota Tanjungpinang sudah diberikan keringanan, masyarakat hanya melakukan pembayaran pokok saja.



## **5. Responsivitas**

Dalam responsivitas, Kurangnya pemahaman penyelenggara reklame mengenai perwako yang berlaku merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam pelaksanaan penataan reklame. Salah satu kendala yang muncul dalam proses penataan reklame adalah kurangnya kesadaran penyelenggara reklame karena tanpa kesadaran penyelenggara reklame maka pelaksanaan penataan pajak reklame akan mengalami banyak kendala. seperti pada kasus pembongkaran reklame dimana penyelenggara reklame tidak melepaskan obyek reklamennya setelah masa izin habis.

## **6. Ketepatan**

Dalam penerapan ketetapan, penyelenggara reklame masih belum optimal dalam membayar pajak reklame. kendala pemungutan pajak yang utama yang sering terjadi adalah wajib pajak yang sulit ditemui, ini bisa diartikan bahwa wajib pajak tersebut melakukan penghindaran atau memang tidak ada di tempat atau lokasi. Selain itu, fakta di lapangan yang terjadi masih banyaknya wajib pajak yang berada di luar kota saat dilakukan penagihan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada keluarga tercinta yaitu Mama Indriani dan Papa Marthen yang telah membantu lewat doa, yang selalu menjadi motivasi selama perkuliahan dan pengorbanan demi mimpi-mimpi besarku, kakak kandungku Pingkan serta adikku Mahesa dan Armando yang telah menjadi penyemangat. Ucapan terima kasih untuk Bapak Ramadhani Setiawan, S.Sos., M.Soc.Sc., selaku pembimbing utama yang telah banyak membantudan memberi arahan dalam penelitian dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing skripsi ini hingga selesai. Chaerey Ranba Sholeh, S.A.P., M.A.P selaku pendamping yang telah banyak memberikan masukan dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing agar terselesainya skripsi ini.

Terima Kasih kepada seluruh informan pada penelitian saya dari pihak pemerintah di dinas DPMPTSP dan BPPRD serta Masyarakat yang sudah membantu dan mengizinkan saya melakukan wawancara. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan saya dalam menyelesaikan penelitian ini saya ucapkan banyak terima kasih atas kebaikan yang telah diberikan serta saya bersyukur telah dipertemukan dengan orang-orang baik seperti kalian semua.

## DAFTAR REFERENSI

- Lilys Sutriyanti, Jantje Mandey, Salmin Dengo, 2015. *Evaluasi Kebijakan Pelayanan Izin Reklame pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (Bp2t) Kota Manado.* *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1 No.1: 23-13.
- Juwariah Khusnah, 2021. *Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Kota Batam.* *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1 No.1: 128-136. (2013)
- Reza Septian Nugraha, 2013. *Evaluasi Kebijakan Penataan Dan Sistem Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Malang (Studi Pada Bidang Pendapatan I Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Asset Kabupaten Malang).* *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1 No.1: 12-130. (2013)
- Benny, I. Wayan., Putra, Noviana., Sujana, Edy., & Purnamawati, I. Gusti. Ayu. (2017). *Analisis Efektivitas Penerimaan dan Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame Serta Kontribusinya Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Gianyar Tahun 2014-2016*, 1(2).
- Intan, Triski., Lengkong, Meylani., Ilat, Ventje., Wangkar, Anneke. (2015). *Analisis Potensi dan Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame di Kota Bitung*, 15(04) *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1 No.1: 11-136
- Triantoro, Arvian. (2010). *Efektifitas pemungutan pajak reklame dan kontribusinya terhadap penerimaan pajak daerah di kota bandung.* *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1 No.1: 29-190. (20110)
- Widyaningsih, Aristanti. (2007). *Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame Kota Bandung.Periode Tahun 2001 - 2007*,
- Nurhayati, Beta Ahok Alpa. (2018). *Analisis Pajak Reklame Serta Kontribusi Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Pemerintah Daerah Kabupaten Rokan Hulu.* *jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1 No.1: 1-16. (2018)
- Retno Wulan Sekarsari, (2019) *Evaluasi Kebijakan Pemasangan Banner Dan Papan Reklame Ilegal Yang Mempengaruhi Keindahan Kota Malang.* *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik* 1(1):12