
Volume 4 Issue 3 (2021) Pages 432 - 439

YUME : Journal of Management

ISSN : 2614-851X (Online)

Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar

Karmilah¹, Hasrillah²

^{1,2} Administrasi Fiskal, Universitas Islam Makassar

Abstarct

This study aims (1) to find out how the effectiveness of the collection of Advertising Tax on Regional Original Revenue of Makassar City. (2) To find out what are the obstacles to collecting Advertising Tax by the Makassar City Regional Revenue Agency.

The type of research used is qualitative research with data collection techniques through observations, interviews and documentation with data analysis using Data Reduction, Data Presentation and Conclusion Drawing and Verification techniques. The results of the study indicate that the collection of Advertising Tax is quite effective in increasing Makassar City's Original Regional Revenue. The effectiveness of advertising tax collection has increased from year to year. In 2017, the level of effectiveness of collecting advertisement tax from the realization received experienced a significant increase of 160.25% (very effective). Likewise, in 2018 the level of effectiveness of collecting advertisement tax from the realization received was 118.11% (very effective). And in 2019 the level of effectiveness of collecting advertisement tax from realization was 101.21% (very effective). And in 2020 the level of effectiveness of collecting Advertising Tax from realization is 113.68%.

Keywords: Effectiveness, Collection, Advertising Tax, Local Revenue.

Copyright (c) 2021 Karmilah

✉ Corresponding author :

Email Address : karmilahmansur74@gmail.com

PENDAHULUAN

Otonomi daerah di Indonesia memiliki fungsi dalam mengusahakan kesejahteraan dan kemakmuran rakyatnya. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut, segala potensi dan sumber daya yang harus dialokasikan secara efektif dan efisien secara terus menerus sehingga pembangunan nasional dapat terwujud. Hal ini terlihat pada pemerintah pusat melalui otonomi kepada pemerintah daerah untuk mengelola daerahnya sendiri.

Dengan munculnya otonomi daerah menyebabkan terjadinya pergeseran paradigma dari sistem pemerintah bercorak sentralisasi mengarah kepada sistem pemerintahan yang desentralisasi, yaitu dengan memberikan keleluasaan terhadap daerah dalam mewujudkan daerah otonomi yang bertanggung jawab, untuk

mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat sesuai dengan kondisi dan potensi yang dimiliki oleh wilayah tersebut. Pemberian otonomi daerah pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintahan daerah, terutama dalam pelaksanaan pembangunan dan pelayanan masyarakat serta peningkatan pembinaan kesatuan politik dan kesatuan bangsa.

Berlakunya Undang-undang nomor 28 Tahun 2009 tentang pajak Daerah dan Retribusi daerah merupakan langkah pemerintah pusat dalam memberikan otonomi yang seluas-luasnya bagi pemerintah daerah yang merupakan peluang sekaligus tantangan. Menjadi sebuah peluang apabila pemerintah daerah tersebut maupun mengelola segala sumber penerimaan dengan baik dan optimal, begitupun sebaliknya akan menjadi sebuah tantangan apabila pemerintah tersebut tidak mampu mengelola segala sumber penerimaan daerahnya dengan baik. Permasalahan yang sering muncul dalam pelaksanaan otonomi daerah selain perimbangan keuangan antar pusat dan daerah yang kurang merata, prospek kemampuan pembiayaan pemerintah dalam melaksanakan fungsinya sebagai penyelenggaraan pembangunan dan pelayanan masyarakat dianggap belum maksimal. Oleh karena itu pembiayaan pemerintah dalam melaksanakan tugas pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan penerimaan yang dapat diandalkan.

Berdasarkan hal tersebut dimana pajak reklame menjadi salah satu sumber pendapatan tetap bagi daerah kota Makassar. Atas dasar tersebut pemerintah kota Makassar mengeluarkan beberapa kebijakan yang fokus untuk membahas mengenai peraturan pajak reklame yang ada di kota Makassar. Gencarnya pemerintah daerah kota Makassar dalam memenuhi target dari pajak reklame yang ada di kota Makassar tidak seiring dengan proses pemantauan sejauh mana pengetahuan masyarakat dalam mengetahui seberapa penting untuk membayarkan pajak reklame kepada Badan Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar.

RESEARCH METHOD

Adapun jenis penelitian yang diambil oleh penulis adalah penelitian secara kualitatif yaitu metode penelitian yang bertumpu pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alami, yang dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Mengenai waktu pelaksanaan penelitian akan dilaksanakan pada bulan April dan Mei tahun 2021. Penelitian ini dilakukan di Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar, yang terletak di Jl. Urip Sumoharjo No. 8, Macinini, Panakkukang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, 90232.

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame

Mengenai tingkat efektivitas pemungutan Pajak Reklame peneliti membagi menjadi 3 aspek dalam menentukan efektivitas antara lain :

a. Efektivitas pemungutan Pajak Reklame di Kota Makassar

Berdasarkan hasil wawancara Adiyanto Said, ST Kasubbid Reklame, Parkir dan Retribusi Daerah tanggal 25 Maret 2021, beliau mengatakan bahwa :

“sistem pemungutan Pajak Reklame yaitu menggunakan *Self Assessment system*, yang saya maksudkan adalah wajib pajak sebagai pihak yang berperan aktif dalam menghitung, membayar dan melaporkan besaran pajaknya.”

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa sistem pemungutan pajak merupakan suatu mekanisme yang digunakan untuk menghitung pajak yang harus dibayarkan wajib pajak kepada negara. Sistem pemungutan pajak yang diterapkan oleh Biro Pajak Daerah Makassar adalah sistem *self assessment*.

Self Assessment adalah semacam pemungutan dan penengelolaan pajak, yang secara wajib menentukan pajak yang harus di bayar oleh wajib pajak. Dengan kata lain, Wajib Pajak adalah pihak yang berperan aktif dalam menghitung, membayar, dan melaporkan besarnya pajaknya. Peran petugas pajak dalam pemungutan pajak ini adalah sebagai pengawas dari Wajib Pajak. Sistem pemungutan *Self Assessment System* dalam perpajakan dinilai relative lebih tepat dan akurat dibandingkan sistem pemungutan pajak yang lain karena Wajib Pajaklah yang dapat mengetahui secara akurat tentang jumlah harta kekayaan yang menjadi objek pajak. Adapun kelemahan dari sistem pemungutan *Self Assessment System* yaitu akurasi besaran nilai pajak yang dihimpun pemerintah sangat tergantung pada kejujuran pembayar pajak apakah telah melakukan pengecekan atau pemeriksaan ulang.

b. Efektivitas target dan realisasi pemungutan Pajak Reklame

Berdasarkan hasil wawancara Hisyam Ramadhindra H staff pegawai Pajak Reklame tanggal 26 Maret 2021, beliau mengatakan bahwa :

“Pemungutan Pajak Reklame sejauh ini mengalami peningkatan dari segi target yang ditetapkan dan pencapaian realisasi setiap tahunnya mengalami peningkatan dilihat dari data yang masuk namun masih menghadapi beberapa kendala dalam proses pemungutannya”.

Tabel 3. Target, Realisasi dan Tingak Efektivitas Pemungutan pajak reklame Periode Tahun Anggaran 2017-2020

Tahun	Target	Realisasi	Efektivitas	Keterangan
2017	Rp 26,000,000,000.00	Rp 41,663,920,073.00	160,25%	Sangat efektif
2018	Rp 38,000,000,000.00	Rp 44,880,644,293.00	118,11%	Sangat efektif
2019	Rp 53,000,000,000.00	Rp 53,641,688,525.00	101,21%	Sangat efektif
2020	Rp 41,000,000,000.00	Rp 46,606,813,357.00	113,68%	Sangat efektif

Sumber: Badan Pendapatan Kota Makassar, 2021

Dari tabel 3 diatas dapat dilihat seberapa besar tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame dari realisasi yang diterima :

- 1) peneliti menyimpulkan dari data yang di dapatkan bahwa pada tahun 2017 dimana target yang tetapkan sebesar Rp 26,000,000,000.00 dan realisasi yang yang didapatkan sebesar Rp 41,663,920,073.00 dimana tingkat pemungutan Pajak

Reklame dari Realisasi yang diterima sebesar 160,25% sehingga peneliti menyimpulkan bahwa pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Kota Makassar sangat efektif.

- 2) peneliti menyimpulkan dari data yang di dapatkan bahwa pada tahun 2018 dimana target yang ditetapkan sebesar Rp 38,000,000,000.00 dan realisasi yang yang didapatkan sebesar Rp 44,880,644,293.00 dimana tingkat pemungutan Pajak Reklame dari Realisasi yang diterima sebesar 118,11% sehingga peneliti menyimpulkan bahwa pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Kota Makassar sangat efektif.
- 3) peneliti menyimpulkan dari data yang di dapatkan bahwa pada tahun 2019 dimana target yang ditetapkan sebesar Rp 53,000,000,000.00 dan realisasi yang yang didapatkan sebesar Rp 53,641,688,525.00 dimana tingkat pemungutan Pajak Reklame dari Realisasi yang diterima sebesar 101,21% sehingga peneliti menyimpulkan bahwa pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Kota Makassar sangat efektif.
- 4) peneliti menyimpulkan dari data yang di dapatkan bahwa pada tahun 2020 dimana target yang ditetapkan sebesar Rp 41,000,000,000.00 dan realisasi yang yang didapatkan sebesar Rp46,606,813,367.00 dimana tingkat pemungutan Pajak Reklame dari Realisasi yang diterima sebesar 113,68% sehingga peneliti menyimpulkan bahwa pemungutan Pajak Reklame yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Kota Makassar sangat efektif.

c. Efektivitas prosedur perizinan Pajak Reklame

Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh wajib pajak dalam membayar Pajaknya maka peneliti mewawancarai 3 Wajib Pajak antara lain :

- 1) Hasil wawancara Heriyanto sebagai pengguna/pemasang Reklame jenis Baliho (papan utama) tanggal 19 Agustus 2021, beliau mengatakan bahwa :
"Dulu saya perna mau ngurus ijin pasang billboard, tapi kan susah kesannya berbelit-belit, ijinnya lama masa satu bulan tidak jadi, saya mau ngurus ijinnya jadi males".
- 2) Hasil wawancara Irwan Santoso sebagai pengguna/pemasang Reklame jenis Billboard (papan nama) tanggal 19 Agustus 2021, beliau mengatakan bahwa :
"Yah mengajukan berkas dulu dek, nanti dikasi syarat-syaratnya. Biasa sampe 1 bulan jadi dek, harusnya 2 minggu kan langsung jadi tapi ini tidak".
- 3) Hasil wawancara Agung sebagai pengguna/pemasang Reklame jenis Baliho (papan utama) tanggal 19 Agustus 2021, beliau mengatakan bahwa :
"Reklame yang saya pasang cuma kecil dek, izin urusnya lama".

Dari hasil wawancara ke-3 Wajib Pajak Reklame peneliti menyimpulkan bahwa dalam hal prosedur pengurusan perizinan yang diterapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar belum cukup efektif bagi Wajib Pajak dilihat dari hasil wawancara diatas dari ke-3 wajib pajak yang peneliti wawancarai mengatakan bahwa dalam pengurusan perizinan memerlukan waktu paling lambat yaitu 1 bulan yang semestinya bisa diperoleh dalam waktu 2 minggu. Sehingga hal tersebut menyebabkan banyaknya Wajib Pajak tidak memdaftarkan reklamenya kepada

Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar yang akan mengakibatkan banyak Reklame liar yang ada di kota makassar.

2. Kendala pemungutan Pajak Reklame

Mengenai pemungutan Pajak Reklame pada Badan Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar peneliti menemukan beberapa kendala yang menjadi penghambat pemungutan Pajak Reklame yaitu sebagai berikut :

a. Kendala dalam pemungutan Pajak Reklame

Berdasarkan hasil wawancara Adiyanto Said, ST Kasubbid Reklame, Parkir dan Retribusi Daerah tanggal 25 Maret 2021, beliau mengatakan bahwa :

“Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame yaitu adanya wajib pajak reklame yang kurang peduli untuk membayar pajak mengenai tujuan dan manfaat dilakukannya pemungutan pajak reklame, serta kondisi perekonomian masyarakat baik secara mikro maupun global.”

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame yaitu adanya wajib pajak yang kurang peduli dalam membayar pajak dari reklame yang didirikannya, hal ini menjadi salah satu faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan penerimaan pajak Reklame.

Adapun hal lain seperti masi wajib pajak reklame yang tidak mengetahui akan pentingnya membayar reklame serta tidak mengetahui apa tujuan maupun manfaat dilakukannya pemungutan pajak reklame, sehingga sangat diperlukan adanya sosialisasi yang ditujukan kepada masyarakat khususnya bagi wajib pajak reklame itu sendiri sehingga para wajib pajak dapat memahami dan melaksanakan kewajiban apabila mendirikan reklame. Faktor yang menjadi kendala lainnya yaitu kondisi perekonomian masyarakat baik mikro maupun global, kaitan antara perekonomian masyarakat dengan pajak reklame yaitu mengakibatkan banyaknya pelaku-pelaku usaha yang ingin mempublikasikan produk atau jasanya serta Wajib Pajak Reklame yang merasa bahwa Reklame yang mereka pasang ukurannya sangat kecil dan anggapan mereka bahwa hasil pembayar Pajak Reklame hanya akan dikorupsi oleh pejabat setempat Secara otomotasi jika para pelaku usaha tersebut memasang reklame maka kewajibannya adalah harus membayar pajak reklame.

b. Kendala dalam memenuhi target pemungutan Pajak Reklame

Berdasarkan hasil wawancara Hisyam Ramadhiandra H staff pegawai Pajak Reklame tanggal 26 Maret 2021, beliau mengatakan bahwa :

“Kendala yang kami hadapi dalam memenuhi target yaitu karena banyak Reklame yang tidak terdaftar atau yang tidak memperpanjang pemasangan Reklamennya sedangkan target yang ditetapkan setiap tahunnya naik dikarenakan data Wajib Pajak reklame merujuk dari data tahun lalu dari segi jumlah Wajib Pajaknya”.

Dari hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa sebenarnya target yang ditetapkan setiap tahunnya selaluh naik namun tidak di imbangi dengan kenaikan jumlah Wajib Pajak Reklame di karenakan kurangnya kepatuhan Wajib Pajak untuk mendaftarkan perizinannya dan untuk membayarkan pajaknya serta ada beberapa Wajib Pajak yang tidak memperpanjang pemasangan Reklamennya sehingga

Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar harus lebih meningkatkan sosialisasi dalam hal untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya membayar Pajak terkhusus dalam hal ini yaitu Pajak Reklame.

c. Kendala pembayaran pajak Reklame oleh Wajib Pajak Reklame

Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh wajib pajak dalam membayar Pajaknya maka peneliti mewawancarai 2 Wajib Pajak antara lain :

1) Hasil wawancara Heriyanto sebagai pengguna/pemasang Reklame jenis Baliho (papan utama) tanggal 19 Agustus 2021, beliau mengatakan bahwa :

“Tidak bayar dek karena saya pasangya cuma kecil dek, apalagi saya tidak tau mengurusnya mau dimana, izinya dimana juga”.

2) Hasil wawancara Agung sebagai pengguna/pemasang Reklame jenis Baliho (papan utama) tanggal 19 Agustus 2021, beliau mengatakan bahwa :

“Tidak dek, saya pasangya cuma kecil, pajaknya pasti juga mahal dek”.

Dari hasil wawancara Kedua Wajib Pajak diatas, peneliti menyimpulkan bahwa dari sisi Wajib Pajak yang menjadi kendala paling besar dalam mereka membayar pajaknya yaitu dengan kurangnya pemahaman mereka tentang kewajibannya sebagai wajib pajak yang harus patuh serta kurangnya pemahaman mereka tentang tariff pengenaan Pajak Reklame yang didasarkan pada ukuran, letak dan durasi.

Wajib pajak Reklame umumnya berfikir bahwa sanya besar kecilnya Reklame yang meraka pasang makan akan sama jumlah Pajak yang meraka akan bayarkan serta kurangnya pemahaman Wajib Pajak akan prosedur untuk membayar pajak yang mereka rasa sangat sulit dan membutuhkan waktu yang lama dalam pengurusannya yang bisa mencapai sampai 2 bulan kepengurusan. Sehingga atas dasar itu peneliti menyimpulkan bahwa sanya sosialisasi kepada Masyarakat tentang kewajiban membayarkan pajak terkhusus Pajak Reklame sangat kurang melihat dari wawancara yang dilakukan kepada wajib pajak.

B. Pembahasan

1. Efektivitas pemungutan Pajak Reklame

Dari hasil penelitian dan wawancara beberapa narasumber yang terdapat di Badan Pendapatan Kota Makassar peneliti mendapatkan fakta bahwa dari beberapa efektivitas yang diteliti baik itu tentang efektivitas sistem pemungutan Pajak Reklame, efektivitas target dan realisasi pemungutan Pajak Reklame dan efektivitas prosedur perizinan Pajak Reklame dapat dilihat bahwa ada beberapa kekurangan yang dapat dilihat yaitu sistem pemungutan Pajak Reklame yang menggunakan *Self Assessment System*.

Adapun kelemahan dari sistem pemungutan *Self Assessment System* yaitu akurasi besaran nilai pajak yang dihimpun pemerintah sangat tergantung pada kejujuran pembayar pajak apakah telah melakukan pengecekan atau pemeriksaan ulang. Dimana sistem ini sepenuhnya memberikan kuasa penuh kepada Wajib Pajak untuk secara jujur dalam mendaftarkan, menghitung dan membayarkan Pajaknya di Badan Pendapatan daerah Kota Makassar.

Namun dari kelemahan yang peneliti dapatkan dari fakta yang ada dihasil wawancara terdapat kelebihan yang di dapatkan oleh peneliti yaitu dimana Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar selalu menetapkan target yang memiliki kenaikan setiap tahunnya sehingga Badan pendapatan Daerah kota Makassar terkhusus bagian Pajak Reklame memiliki tolak ukur dalam melakukan pemungutan untuk mencapai tingkat rekalisasi yang cukup tinggi yang ditelah ditetapkan sebelumnya.

2. Kendala pemungutan Pajak Reklame

Dari hasil yang peneliti dapatkan mengenai kendala dalam pemungutan Pajak reklame, kendala dalam memenuhi target pemungutan Pajak Reklame dan Kendala pembayaran pajak Reklame oleh Wajib Pajak Reklame memberikan fakta yakni semua kendala dalam pemungutan Pajak Reklame bersumber dari prosedur perizinan yang membutuhkan waktu terlalu lama dalam pengurusannya serta terlalu rumit yang menyebabkan banyak Wajib Pajak Reklame yang tidak mendaftarkan, memperpanjang atau membayarkan Pajaknya dalam hal ini Pajak Reklame.

Sehingga hal tersebut yang terkadang menjadi kendala pula bagi pegawai Pajak Reklame dalam memenuhi target pemungutan Pajak Reklame yang telah ditentukan sebelumnya dikarenakan penentuan target selalu merujuk dari jumlah target tahun lalu sedangkan dengan rumitnya prosedur perpajakan perizinan banyak Wajib Pajak yang tidak memperpanjang perizinan namun masi memasang reklamenya sehingga dikategorikan Reklame liar

Selain itu yang menjadi kendala selanjutnya yaitu tentang kurangnya pemahaman Wajib Pajak tentang peraturan terkait Pajak reklame serta kurangnya kesadaran tentang tanggung jawab Wajib Pajak untuk membayarkan Pajak sekecil apapun reklame yang mereka pasang. Hal itu terjadi dikarenakan masyarakat yang menjadi Wajib Pajak Reklame kurang mendapatkan pemahaman yang cukup terkait dengan dasar pengenaan Pajak Reklame di mana tarif tertinggi yaitu sebesar 25% namun dasar pengenaanya dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media Reklame.

KESIMPULAN

Efektivitas pemungutan Pajak Reklame mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Pada tahun 2017, tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame dari realisasi yang diterima mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sebesar 160,25% (sangat efektif). Begitupun pada tahun 2018 tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame dari realisasi yang diterima sebesar 118,11% (sangat efektif). Dan pada tahun 2019 tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame dari realisasi sebesar 101,21% (sangat efektif). Dari sini dapat diketahui bahwa Pajak Reklame dapat diperhitungkan dalam membantu peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di kota Makassar.

Kendala dalam pemungutan Pajak Reklame, Undang-undang ataupun peraturan Pemerintah Daerah yang mengatur tentang Pajak Reklame. Banyak reklame liar yang terpasang tanpa secara jelas pemilik atau Wajib Pajak Reklame tersebut sehingga sulit untuk menagih pajaknya, biasanya untuk reklame spanduk, rontek, atau umbul-umbul dan adanya kesenjangan yang dilakukan oleh Wajib Pajak dalam memasang reklame yang bersifat

melanggar aturan pemerintah seperti memasang reklame disepanjang jalan sehingga merusak tata kota..

Referensi :

Anggraeni, Dwi. 2014. *Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame dan Efektivitas Pajak Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jepara*. Skripsi. Surakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Arthur, Hendra Nick. 2012. E-Paper Bisnis Indonesia. *Pajak Reklame: Potensi di Makassar Rp180 Miliar*, (Online), (<http://finansial.bisnis.com/read/20120420/9/73415/pajak-reklame-potensi-di-makassar-rp180-miliar>, diakses 10 September 2016).

Burton, Richard dan Wirawan B. Ilyas. 2011. *Hukum Pajak Edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.

Keputusan Walikota Makassar Nomor: 500/423/KEP/IV/2009 Tentang Penetapan Perhitungan Nilai Sewa Reklame Kota Makassar. 2009. Makassar: Dinas Pendapatan Kota Makassar.

Mahmudi. 2010. *Manajemen Kinerja Sektor Publik Edisi Kedua*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN.

Mahyudin, Andi. 2014. *Analisis Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Makassar*. Skripsi. Makassar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Prakosa. 2005. *Pajak dan Retribusi Daerah Edisi Revisi*. Yogyakarta: UII Press.

Undang-Undang Dan Peraturan Pemerintah

Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah*. Akses Pada 22 Januari 2020.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 1 Angka 18 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat Dan Daerah. Diakses Pada 25 Januari 2020.

Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 Tentang Pajak Daerah. Diakses Pada 23 Januari 2020.

Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 2 Tahun 2018 Tentang Pajak Daerah. Diakses Pada 29 Januari 2020