



Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan Di Kota Samarinda

Fadliah¹, Muhammad Abadan Syakura^{2*}

^{1,2}Universitas Mulawarman, Samarinda.

¹Email: fadefadliah@gmail.com

²Email: muhammad.abadan.syakura@feb.unmul.ac.id *

How to cite: ...

Article History

Received: 01-08-2023

Accepted: 29-09-2023

DOI:

Copyright@year
owned by Author(s).
Published by JIAM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan sebelum, saat, dan sesudah Covid-19. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda berupa data target dan realisasi penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif deskriptif. Hasil perhitungan efektivitas penerimaan pajak reklame dari tahun 2018 hingga tahun 2022 sangat efektif. Untuk hasil perhitungan efektivitas penerimaan pajak hiburan di tahun 2018 dan 2019 terbilang sangat efektif, akan tetapi pada tahun 2020 efektivitas penerimaan pajak hiburan kurang efektif dan di tahun 2021 cukup efektif hal ini terjadi karena adanya Covid-19. Dan di tahun 2022 penerimaan pajak hiburan kembali meningkat.

Kata kunci: pajak reklame, pajak hiburan, efektivitas

ABSTRACT

This study aims to measure the effectiveness of billboard tax and entertainment tax revenue before, during, and after Covid-19. The data used in this study is secondary data obtained from the Samarinda City Regional Revenue Agency in the form of target data and realization of billboard tax and entertainment tax revenues from 2018 to 2022. The method used in this study is quantitative descriptive. The results of calculating the effectiveness of billboard tax revenue from 2018 to 2022 are very effective. The calculation of the effectiveness of entertainment tax revenue in 2018 and 2019 was very effective, but in 2020 the effectiveness of entertainment tax revenue was less effective and in 2021 it was quite effective because of Covid-19. And in 2022, entertainment tax revenue has increased again.

Key words: billboard tax, entertainment tax, effectiveness

A. PENDAHULUAN

Pajak daerah adalah kewajiban finansial yang harus dipenuhi oleh individu atau perusahaan kepada Pemerintah Daerah sesuai dengan hukum yang mengharuskan, tanpa adanya kompensasi langsung, dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan daerah dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Covid-19 pertama kali masuk ke Indonesia pada Maret 2020. Covid-19 telah membawa dampak negatif yang sangat luar biasa terhadap kesehatan dan juga perekonomian di Indonesia. Sejak pertama kali masuk ke Indonesia kasus Covid-19 terus meningkat dan penyebarannya semakin luas. Akibat dari kasus Covid-19 ini Pemerintah menghimbau masyarakat untuk mengurangi aktivitas di luar ruangan.

Samarinda merupakan kota dengan penduduk paling besar di seluruh Pulau Kalimantan dengan jumlah penduduk 798.000 jiwa dan memiliki wilayah seluas 783 km². Untuk mewujudkan otonomi daerah, Kota Samarinda perlu memaksimalkan pendapatan asli daerahnya. Dua diantara jenis pajak daerah yang dinilai berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah di Kota Samarinda ialah pajak reklame dan pajak hiburan.

Dengan besarnya populasi di Kota Samarinda, tak sedikit dari mereka yang menjadi pelaku usaha dan menggunakan reklame sebagai media iklan untuk pengenalan produk atau jasa yang mereka sediakan, maka tidak heran bahwa saat ini keberadaan reklame di Kota Samarinda sudah tidak terhitung lagi.

Dengan perkembangan zaman, jumlah tempat hiburan di Kota Samarinda semakin bertambah dan mengikuti *trend* yang sedang ramai. Hal ini menarik minat masyarakat untuk mengunjungi tempat-tempat hiburan tersebut.

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

No	Tahun	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan
1.	2018	Rp 6.571.200.000,00	Rp 7.182.942.544,13
2.	2019	Rp 7.350.000.000,00	Rp 7.974.251.701,12
3.	2020	Rp 6.580.000.000,00	Rp 7.520.974.764,00
4.	2021	Rp 8.100.000.000,00	Rp 8.309.646.428,00
5.	2022	Rp 9.315.000.000,00	Rp 9.501.483.875,00

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda

Tabel 1.2
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Hiburan

No	Tahun	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan
1.	2018	Rp 19.698.300.000,00	Rp 21.974.767.444,58
2.	2019	Rp 23.000.000.000,00	Rp 24.952.821.278,96
3.	2020	Rp 14.950.000.000,00	Rp 10.106.404.734,00
4.	2021	Rp 10.600.680.000,00	Rp 9.138.861.207,00
5.	2022	Rp 15.500.000.000,00	Rp 21.493.464.599,01

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda

Berdasarkan dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa target penerimaan pajak reklame naik turun, akan tetapi realisasi penerimaannya selalu mencapai target. Sedangkan untuk pajak hiburan, target dan realisasi penerimaan pada tahun 2018 dan 2019 terbilang stabil, akan tetapi pada saat Covid-19 pada tahun 2020 dan 2021 target penerimaan pajak hiburan menurun dan realisasi nya juga tidak mencapai target.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan Di Kota Samarinda”**.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pajak Daerah

Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah, pajak daerah merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh individu atau lembaga kepada Pemerintah Daerah. Pajak ini bersifat wajib dan diatur berdasarkan hukum yang mengharuskan pembayaran tanpa mendapatkan imbalan secara langsung. Pajak daerah meliputi Pajak Provinsi dan Pajak Kabupaten/Kota.

2. Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006 Tentang Pajak Reklame, reklame merujuk pada objek, perangkat, tindakan atau media yang dirancang dengan berbagai bentuk dan variasi untuk tujuan komersial dengan maksud memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, serta menarik perhatian publik terhadap barang, jasa, individu, atau perusahaan. Reklame ditempatkan di lokasi tertentu agar dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh masyarakat umum.

3. Pajak Hiburan

Menurut Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 12 Tahun 2006, pajak hiburan merupakan pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan kegiatan hiburan, mencakup berbagai jenis acara, pertunjukan, dan keramaian yang dikenakan biaya.

4. Efektivitas

Menurut Halim *et al* (2012:134), efektivitas merujuk pada evaluasi keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan organisasi dapat dikatakan efektif jika tujuan telah tercapai sesuai yang direncanakan. Efektivitas fokus pada pencapaian program atau kegiatan yang telah ditetapkan. Menurut Mardiasmo (2009:134), penggunaan efektivitas bertujuan untuk mengukur kesuksesan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jika organisasi berhasil mencapai tujuan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa organisasi tersebut beroperasi dengan efektif. Semakin besar hasil atau output yang dicapai dalam mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan, maka semakin efektif proses kerja organisasi tersebut.

5. Covid-19

Covid-19 adalah singkatan dari *Coronavirus Disease 2019* (Penyakit Coronavirus 2019). Covid-19 memberikan imbas yang signifikan terhadap perekonomian di Kota Samarinda, seperti halnya di banyak kota lainnya. Pembatasan perjalanan, penutupan bisnis, dan penurunan permintaan konsumen telah mengganggu sektor ekonomi yang bergantung pada pertemuan fisik dan interaksi sosial, seperti pariwisata, perdagangan, dan sektor jasa lainnya. Banyak bisnis mengalami penurunan pendapatan dan bahkan terpaksa menghentikan operasional mereka.

C. METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder berupa data target dan realisasi penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan. Sumber dan cara pengumpulan data pada penelitian ini berupa dokumentasi dan melihat dari sumber berita. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini ialah dengan menghitung tingkat efektivitas pajak reklame dan pajak hiburan di Kota Samarinda dari tahun 2018 hingga tahun 2022 serta membandingkannya dengan target penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan dengan menggunakan rumus berikut ini :

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

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Analisis efektivitas pajak ditujukan untuk mengukur kinerja dari penerimaan pajak reklame dan pajak hiburan dari target penerimaannya. Artinya, analisis efektivitas pajak digunakan sebagai alat ukur perbandingan antara target yang ditentukan dengan penerimaannya.

a. Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame

Berikut adalah data target dan realisasi penerimaan pajak reklame pada Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda dari tahun 2018 hingga tahun 2022:

Tabel 4.1
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame

No	Tahun	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan
1.	2018	Rp 6.571.200.000,00	Rp 7.182.942.544,13
2.	2019	Rp 7.350.000.000,00	Rp 7.974.251.701,12
3.	2020	Rp 6.580.000.000,00	Rp 7.520.974.764,00
4.	2021	Rp 8.100.000.000,00	Rp 8.309.646.428,00
5.	2022	Rp 9.315.000.000,00	Rp 9.501.483.875,00

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda

Rumus perhitungan efektivitas penerimaan pajak reklame ialah:

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

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan efektivitas pajak reklame di Kota Samarinda ialah:

Tabel 4.2
Persentase dan Kriteria Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame

No	Tahun	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan	Persentase	Kriteria
1.	2018	Rp 6.571.200.000,00	Rp 7.182.942.544,13	109%	Sangat Efektif
2.	2019	Rp 7.350.000.000,00	Rp 7.974.251.701,12	108%	Sangat Efektif
3.	2020	Rp 6.580.000.000,00	Rp 7.520.974.764,00	114%	Sangat Efektif
4.	2021	Rp 8.100.000.000,00	Rp 8.309.646.428,00	103%	Sangat Efektif
5.	2022	Rp 9.315.000.000,00	Rp 9.501.483.875,00	102%	Sangat Efektif

Dari data yang tercantum dalam tabel, terlihat bahwa efektivitas penerimaan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda dari tahun 2018 hingga tahun 2022 mengalami perubahan. Pada tahun 2018 efektivitas penerimaan pajak reklame mencapai 109%, sedangkan pada tahun 2019 efektivitas penerimaan pajak reklame mengalami sedikit penurunan sebesar 1% menjadi 108%. Pada tahun 2020 efektivitas penerimaan pajak reklame meningkat menjadi 114%. Pada tahun 2021 efektivitas penerimaan pajak reklame kembali mengalami penurunan menjadi 103%. Dan pada tahun 2022 efektivitas penerimaan pajak reklame masih rendah dari tahun sebelumnya yakni sebesar 102%.

b. Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Hiburan

Berikut adalah data target dan realisasi penerimaan pajak hiburan pada Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda dari tahun 2018 hingga 2022:

Tabel 4.2
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Hiburan

No	Tahun	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan
1.	2018	Rp 19.698.300.000,00	Rp 21.974.767.444,58
2.	2019	Rp 23.000.000.000,00	Rp 24.952.821.278,96
3.	2020	Rp 14.950.000.000,00	Rp 10.106.404.734,00
4.	2021	Rp 10.600.680.000,00	Rp 9.138.861.207,00
5.	2022	Rp 15.500.000.000,00	Rp 21.493.464.599,01

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Samarinda

Rumus perhitungan efektivitas penerimaan pajak hiburan adalah:

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

Berikut tabel persentase dan kriteria efektivitas penerimaan pajak hiburan pada Badan Pendapatan Kota Samarinda dari tahun 2018 hingga tahun 2022:

Tabel 4.4
Persentase dan Kriteria Efektivitas Penerimaan Pajak Hiburan

No	Tahun	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan	Persentase	Kriteria
1.	2018	Rp 19.698.300.000,00	Rp 21.974.767.444,58	112%	Sangat efektif
2.	2019	Rp 23.000.000.000,00	Rp 24.952.821.278,96	108%	Sangat efektif
3.	2020	Rp 14.950.000.000,00	Rp 10.106.404.734,00	68%	Kurang efektif
4.	2021	Rp 10.600.680.000,00	Rp 9.138.861.207,00	89%	Cukup efektif
5.	2022	Rp 15.500.000.000,00	Rp 21.493.464.599,01	139%	Sangat efektif

Dari tabel di atas, terlihat bahwa efektivitas penerimaan pajak hiburan di Bapenda Kota Samarinda tahun 2018 yaitu 112% dan pada tahun 2019 efektivitas penerimaan pajak hiburan mengalami menjadi 108%. Pada tahun 2020 penerimaan pajak hiburan kembali mengalami penurunan menjadi 68%. Pada tahun 2021 penerimaan pajak hiburan mengalami peningkatan menjadi 89%. Pada tahun 2022 penerimaan pajak hiburan kembali mengalami peningkatan menjadi 139%.

PEMBAHASAN

Efektivitas penerimaan pajak reklame yakni reklame berjalan, reklame papan, reklame berbahan kain, reklame melekat, dan reklame film, serta penerimaan pajak hiburan yakni bioskop, pentas kesenian, karaoke, *club* malam, permainan *billyard*, sirkus/akrobat, balap kendaraan bermotor, permainan ketangkasan, panti pijat, mandi uap, pusat kebugaran, dan pusat olahraga dalam upaya mengukur pencapaian penerimaan dari sektor pajak reklame dan pajak hiburan dilakukan pengukuran. Dari hasil pengukuran tersebut, dapat dihitung tingkat efektivitas pajak reklame dan pajak hiburan. Untuk lebih rinci, klasifikasi dan kriteria efektivitas penerimaan pajak reklame diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Realisasi pajak reklame di Bapenda Kota Samarinda dalam kurun waktu lima tahun yaitu dari tahun 2018 hingga tahun 2022 sudah memenuhi target. Pada tahun 2018 realisasi mencapai mencapai Rp 7.182.942.544,13 dengan target sebesar Rp 6.571.200.000,00 dan mempunyai persentase 109% dengan kriteria sangat efektif. Pada tahun 2019 realisasi mencapai Rp 7.974.251.701,12 dengan target sebesar Rp 7.350.000.000,00 dan mempunyai persentase 108% dengan kriteria sangat efektif. Pada tahun 2020 realisasi mencapai Rp 7.520.974.764,00 dengan target sebesar Rp 6.580.000.000,00 dan mempunyai persentase 114% dengan kriteria sangat efektif. Pada tahun 2021 realisasi mencapai Rp 8.309.646.428,00 dengan target sebesar Rp 8.100.000.000,00 dan mempunyai persentase 103% dengan kriteria sangat efektif. Dan di tahun 2022, yaitu setelah Covid-19 target penerimaan pajak reklame kembali meningkat. Dapat dilihat dalam tabel di halaman sebelumnya bahwa realisasi mencapai Rp 9.501.483.875,00 dengan target sebesar Rp 9.315.000.000,00 dan mempunyai persentase 102% dengan kriteria sangat efektif.

Dapat dilihat dari data yang diperoleh dan hasil perhitungan efektivitas penerimaan pajak reklame bahwa sebelum Covid-19 penerimaan pajak reklame sangat efektif dan dapat dikatakan bahwa Kota Samarinda mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan, hal ini mungkin telah mendorong industri periklanan. Pertumbuhan ekonomi yang kuat sering kali berdampak positif pada aktivitas periklanan. Kota Samarinda memiliki populasi yang besar dan berkembang, dengan tingkat konsumsi yang tinggi dan kebutuhan akan produk dan jasa, ini dapat menjadi daya tarik bagi perusahaan periklanan untuk beroperasi dan berkembang di Kota Samarinda. Investasi dalam teknologi periklanan dan inovasi strategi pemasaran juga dapat mempengaruhi perkembangan industri periklanan di Kota Samarinda sebelum Covid-19. Investasi yang signifikan dalam infrastruktur periklanan, seperti media cetak, media digital, atau sarana promosi lainnya, ini dapat memberikan dorongan bagi industri periklanan. Pada saat Covid-19 di awal tahun 2020 penerimaan pajak reklame juga dikategorikan sangat efektif, hal ini dapat dilihat dari tabel 4.1, walaupun target penerimaan pajak reklame pada tahun 2020 menurun akan tetapi realisasi penerimaannya mencapai 114% dan di tahun 2021 masih dalam situasi Covid-19 target penerimaan pajak reklame kembali meningkat, realisasinya juga melebihi target hingga 103%. Di tahun 2020 dan tahun 2021 Pemerintah Kota Samarinda menurunkan target pajak reklame. Hal ini terjadi karena Covid-19 telah memiliki dampak signifikan pada ekonomi global, termasuk pada sektor pajak di banyak negara dan kota. Banyak sektor industri, termasuk periklanan mengalami penurunan aktivitas dan pendapatan selama Covid-19, sehingga Pemerintah memutuskan untuk

menurunkan target pajak reklame. Meskipun banyak sektor industri mengalami penurunan selama Covid-19, namun permintaan untuk iklan di Kota Samarinda tetap relatif stabil atau bahkan meningkat. Pemerintah Kota Samarinda juga mengimplementasikan kebijakan stimulus ekonomi yang efektif selama Covid-19. Langkah-langkah seperti insentif fiskal atau pemotongan pajak reklame dalam upaya untuk mendukung industri dan mendorong pemulihan ekonomi bisa membantu menjaga penerimaan pajak reklame tetap stabil selama Covid-19.

Kemudian klasifikasi dan kriteria efektivitas penerimaan pajak hiburan diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

1. **Realisasi Penerimaan Pajak Hiburan Pada Tahun 2018 (Sebelum Covid-19)**
Pada tahun 2018 realisasi mencapai Rp 21.974.767.444,58 dengan target sebesar Rp 19.698.300.000,00 dan mempunyai persentase 112% dikategorikan sangat efektif.
2. **Realisasi Penerimaan Pajak Hiburan Pada Tahun 2019 (Sebelum Covid-19)**
Seperti tahun sebelumnya, realisasi penerimaan pajak reklame melebihi target yang ditetapkan. Hal ini dikarenakan ketersediaan infrastruktur yang mendukung seperti bioskop, teater, pusat konser, tempat hiburan malam, dan fasilitas rekreasi lainnya. Selain itu Kota Samarinda juga memiliki warisan budaya yang kaya dan perayaan lokal yang sering diadakan, hal ini dapat menciptakan permintaan yang kuat untuk pertunjukan seni, festival, dan acara hiburan lainnya.
3. **Realisasi Penerimaan Pajak Hiburan Pada Tahun 2020 (Saat Covid-19)**
Pada tahun 2020 realisasi mencapai Rp 10.600.680.000,00 dengan target sebesar Rp 14.950.000.000,00 dan memiliki persentase 68% dikategorikan kurang efektif. Berbeda dari dua tahun sebelumnya, target dan realisasi penerimaan pajak hiburan pada tahun 2020 mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena dampak Covid-19 yang semakin meningkat. Pemerintah pun menghimbau masyarakat untuk menjaga jarak, pembatasan jarak fisik, bahkan pembatasan sosial berskala besar yang kemudian kebijakan ini di ganti dengan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Pembatasan tersebut menyebabkan terjadinya penurunan aktivitas masyarakat. Dan atas putusan Pemerintah yaitu menutup seluruh tempat hiburan untuk sementara waktu. Alasan lain juga karena tempat hiburan merupakan lokasi yang mudah mengundang keramaian sehingga dapat mempercepat penyebaran virus Covid-19. Kebijakan Pemerintah untuk menutup tempat hiburan selama Covid-19 inilah yang menjadi alasan tidak tercapainya target pajak hiburan pada tahun 2020.
4. **Realisasi Penerimaan Pajak Hiburan Pada Tahun 2021 (Saat Covid-19)**
Meskipun pada tahun 2021 Covid-19 belum berakhir, akan tetapi target dan penerimaan pajak hiburan meningkat dari tahun sebelumnya dengan kategori cukup efektif. Hal ini terjadi karena pada tahun 2021 kasus Covid-19 sudah mulai menurun, dan banyak tempat hiburan yang mulai beroperasi kembali. Kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan Pemerintah juga tidak seberat sebelumnya yang mengharuskan untuk tutup selama beberapa hari, dan vaksin juga sudah banyak diberikan kepada masyarakat.
5. **Realisasi Penerimaan Pajak Hiburan Pada Tahun 2022 (Setelah Covid-19)**
Pada tahun 2022 realisasi mencapai Rp 21.493.464.599,01 dengan target sebesar Rp 15.500.000.000,00 dan mempunyai persentase 139% dikategorikan sangat efektif. Pada tahun 2022, penerimaan pajak hiburan kembali meningkat, hal ini terjadi karena menurunnya kasus Covid-19 dan berakhirnya kebijakan PSBB dan PPKM. Yang artinya tempat hiburan diperbolehkan beroperasi kembali, akan tetapi dengan syarat tetapi mengikuti protokol Kesehatan.

E. SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Hasil analisis efektivitas pada penerimaan pajak reklame sebelum, saat dan setelah Covid-19 tergolong sangat efektif. Hal tersebut menandakan bahwa realisasi penerimaan dari pajak reklame sudah mencapai target yang ditetapkan.
2. Hasil analisis efektivitas pada penerimaan pajak hiburan sebelum Covid-19 tergolong sangat efektif. Sedangkan pada saat Covid-19 di tahun 2020 realisasi penerimaan pajak hiburan tergolong kurang efektif dan di tahun 2021 realisasi nya tergolong cukup efektif. Faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan pajak hiburan ini ialah karena adanya kebijakan Pemerintah untuk menutup sementara seluruh tempat hiburan guna mencegah penyebaran Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Samarinda. (2023). Kota Samarinda Dalam Angka 2023. Badan Pusat Statistik (bps.go.id). Diakses pada 25 Mei 2023.
- Halim *et al.* (2012). *Akuntansi Sektor Publik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (2020). *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/KEMENKES/382/2020 Tentang Protokol kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Dases 2019 (Covid-19)*
- Mardiasmo. (2009). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Mbp, Darwin (2010). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Peraturan Daerah Kota Samarinda. (2006). *Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 12 Tahun 2006 Tentang Pajak Hiburan*.
- Peraturan Daerah Kota Samarinda. (2006). *Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 7 Tahun 2006 Tentang Pajak Reklame*.
- Peraturan Daerah Kota Samarinda. (2011). *Peraturan Daerah Kota Samarinda Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah*.