****ANALISIS PENERIMAAN PAJAK DI KANTOR BADAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PENDAPATAN DAERAH KOTA TOMOHON**

*Jurnal Administrativus Vol 3 No 1, E-ISSN 3026-3018*

*© Tahun IAN FISH UNIMA. All right reserved*  *ISSN*

**Brigita G. V. Montolalu 1\*, Thelma Wawointana 2, Abdul R. Dilapanga 3**

123Prodi Ilmu Administrasi Negara, Universitas Negeri Manado

1 [brigitamontolalu16@gmail.com](mailto:brigitamontolalu16@gmail.com) \*; 2 [thelmawawointana@unima.ac.id](mailto:thelmawawointana@unima.ac.id) ; 3 [abdulrahmandilapanga@unima.ac.ad](mailto:abdulrahmandilapanga@unima.ac.ad)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| I N F O A R T I K E L |  | A B S T R A C T |
| ***Key word:***  Advertisement Tax Revenue  Accepted:3 Januari 2025  Revised : 15 Januari 2025  Published: 31 Januari 2025 |  | This research aims to find out how advertising tax is received at the tomohon city regional financial and revenue management agency the method used in this research ie a qualitative method with date collection techniques through interviews,documentation and observation. This research focuses on advertising tax revenues at the tomohon city regional financial and revenue management agency. Date collection techniques include : obsevrvation, interviews, and documentation, The research result show that : 1. Socialization : lack of tax socialization results in low taxpayer understanding and compliance in paying advertisement tax, 2. Responsibility : technical problems in online payments, and low awareness of tax benefits are the main causes of reluctance to pay taxes. 3. Quality of service : lack of trust in the government, as well as low understanding of tax obligations and difficult economic conditions are the main factors in paying taxes*.* |
|  |
|  |
|  |  | INTISARI |
| **Kata kunci:**  Penerimaan Pajak Reklame |  | Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerimaan pajak reklame pada badan pengelolaan keuangan dan pendapatan daerah kota tomohon. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi serta observasi. Penelitian ini berfokus pada penerimaan pajak reklame pada badan pengelolaan keuangan dan pendapatan daerah kota tomohon. Hasil penelitian menunjukan bahwa : 1.Sosialisasi : kurangnya sosialisasi pajak mengakibatkan rendahnya pemahaman dan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak reklame. 2. Responsibilitas : gangguan teknis dalam pembayaran online, dan rendahnya kesadaran akan manfaat pajak menjadi penyebab utama dalam membayar pajak. 3. Kualitas pelayanan : kurangnya kepercayaan pada pemerintah, serta rendahnya pemahaman tentang kewajiban pajak dan kondisi ekonomi yang sulit merupakan faktor utama dalam membayar pajak. |
|  |  |

**I. PENDAHULUAN**

Pajak adalah kontribusi wajib dari individu atau badan kepada negara berdasarkan Undang-Undang, yang bersifat memaksa tanpa imbalan langsung. Pajak digunakan untuk kepentingan negara demi kemakmuran rakyat. Pajak terbagi menjadi pajak pusat dan pajak daerah. Pajak daerah merupakan sumber pendapatan utama yang digunakan untuk membiayai pemerintahan dan pembangunan daerah. Kewenangan daerah dalam mengatur wilayahnya mendorong pemanfaatan maksimal potensi lokal untuk perkembangan daerah.

Peraturan Daerah Kota Tomohon Nomor 8 Tahun 2017, pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame didefinisikan sebagai media yang dirancang untuk tujuan komersial, seperti memperkenalkan atau mempromosikan barang, jasa, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, atau dinikmati oleh umum.[1]

Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pedapatan Daerah Kota Tomohon merupakan instansi pemerintah yang didalamnya terdapat bidang pendapatan daerah yang mempunyai tugas untuk mengelola sumber pendapatan daerah yang bersumber dari sektor pajak yaitu pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan. Dari sumber data yang dimiliki, pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang ada di kota tomohon.

Sumber pendapatan penting bagi pemerintah daerah ialah pajak, salah satunya pajak reklame, karena reklame umumnya dipasang di ruang publik, yang memanfaatkan fasilitas umum atau insfrastruktur yang dikelola oleh pemerintah. Oleh karena itu, penyelenggara reklame diwajibkan membayar pajak sebagai bentuk kontribusi kepada daerah.

Dari hasil observasi di Kantor Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pendapatan Daerah Kota Tomohon bahwa target penerimaan pajak reklame mengalami penurunan pada tahun 2022 dan 2023, dan realisasi penerimaan tidak mencapai target. Penyebabnya termasuk kurangnya informasi yang jelas tentang kewajiban pajak reklame, kesulitan dalam penemuan pembayaran, terutama bagi usaha kecil, serta tantangan ekonomi dan teknis dalam system pembayaran. Pemahaman wajib pajak yang terbatas dan ketidakpatuhan juga menjadi masalah utama.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“ Analisis Penerimaan Pajak Di Kantor Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pendapatan Daerah Kota Tomohon.”

**II. METODE PENELITIAN**

Menurut Maleong penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara menyeluruh dan secara eksplisit dengan menggunakan berbagai metode ilmiah dalam konteks alamiah khusus. Dalam penelitian kualitatif subjek disebut informan. Informan adalah individu yang akan memberikan informasi tentang data yang akan diteliti. Informasi dapat berasal dari situasi dan kondisi dari latar belakang.[2]

Pemanfaatan informan adalah untuk bisa mendapatkan banyak informasi yang dibutuhkan secara mendalam dalam waktu yang singkat. Dengan menggunakan informan peneliti juga bisa saling bertukar pikiran atau membandingkan kejadian yang ditemukan dari subjek lainnya.

Penelitian ini memfokuskan pada analisis penerimaan pajak reklame di kantor badan pengelolaan keuangan dan pendapatan daerha kota tomohon dengan indicator penelitian, yaitu : a. Sosialisasi : indikator ini untuk mengetahui bagaimana penyebaran informasi kepada masyarakat tentang pentingnya pajak.

b. Responsibilitas : indicator ini untuk mengetahui seberapa patuh wajib pajak dalam membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. c. Kualitas Pelayanan : indicator ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan atau ketidakpatuhan wajib pajak dalam membayar pajak.

.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pajak adalah pungutan yang dilakukan oleh pemerintah kepada Masyarakat yang memiliki kewajiban membayar, yang dikenal sabagai wajib pajak. pendapatan yang diperoleh dari pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran umum yang ditetapkan oleh Undang-Undang dan keputusan lainnya. Wajib pajak adalah individu atau entitas, termasuk pembayaran pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang memiliki hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Menurut Mardiasmo, pajak merupakan kontribusi yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara, yang masuk ke kas negara, dilaksanakan sesuai dengan Undang-Undang, dan dapat dipaksakan tanpa adanya balas jasa. kontribusi tersebut digunakan oleh negara untuk membayar kepentingan umum.[3]

Administrasi perpajakan dinyatakan berkualitas buruk apabila hanya dapat dikumpulkan penerimaan yang besar dari sektor-sektor yang mudah dikenakan pajak (misalnya orang-orang berpenghasilan tetap). Namun, tidak mampu untuk mengenakan pajak terhadap kalangan pengusaha dan profesional. Dengan demikian Tingkat pengumpulan pajak bukan merupakan ukuran efektifitas administrasi perpajakan, melainkan ukuran yang lebih

6

akurat adalah “jurang pemisah kepatuhan”, yaitu jurang pemisah antara pemasukan yang actual dengan potensi perpajakan yang sebenarnya. Menurut lumbantoruan, administrasi perpajakan ialah cara-cara atau prosedur pengenaan dan pemungutan pajak mengenai peran administrasi perpajakan. [4]

Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pendapatan Daerah Kota Tomohon merupakan instansi pemerintah yang didalamnya terdapat bidang pendapatan daerah yang mempunyai tugas untuk mengelola sumber pendapatan daerah yang bersumber dari sektor pajak yaitu pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak parker, pajak air tanah, pajak sarang burung wallet, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan. Dari sumber data yang dimiliki, pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang ada di Kota Tomohon. Dewi dan Sumaryanto, menyatakan bahwa tarif pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. berdasarkan hasil yang diperoleh, menunjukan bahwa kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh tarif pajak yang berlaku.[5]

Peraturan daerah Kota Tomohon Nomor 8 Tahun 2017 sebagaimana telah diubah dari Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2012 pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Dalam peraturan daerah juga disebutkan reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mepromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Berdasarkan hasil penelitian terkait analisis penerimaan pajak BPKPD Kota Tomohon, dengan indicator penelitian, yaitu sosialisasi, responsibilitas, dan kualitas pelayanan.

1. Sosialisasi

Sosialisasi merujuk proses dimana individua tau kelompok mempelajari dan menginternalisasi norma, nilai, perilaku, dan keterampilan yang diperlukan untuk berperan efektif dalam masyarakat. Ini dimulai dari keluarga sebagai agen pertama, lalu diperkuat melalui pendidikan, teman sebaya, media, dan organisasi. Sosialisasi membantu individu membentuk karakter, menyesuaikan diri dengan norma sosial, dan memahami peran mereka. Proses ini berlangsung seumur hidup melalui interaksi formal dan informal serta berbagai bentuk komunikasi, membentuk perilkau dan indentitas sosial individu.

Sebagaimana dikemukakan bahwa sosialisasi adalah proses pemindahan ide atau gagasan dari masyarakat ke individu. Gagasan ini akan diterima individu untuk proses belajar dan mengenai ide nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat. Gagasan dan nilai-nilai sosial ini akan membentuk perilaku individu sesuai dengan tuntutan di masyarakat.[6]

Proses sosialisasi terjadi melalui interaksi dengan berbagai agen sosialisasi yang berperan signifikan dalam pembentukan individu. Agen sosialisasi yang pertama dan paling mendasar adalah keluarga. Dilingkungan keluarga, individu, terutama anak-anak, mulai belajar norma dan nilai dasar yang akan memandu mereka sepanjang hidup. Setelah itu, teman sebaya menjadi agen sosialisasi yang penting, terutama selama masa remaja, Dimana individu mulai membentuk identitas sosial yang lebih kompleks dan independent dari keluarga.

Sosialisasi bukanlah proses yang selesai disatu titik dalam kehidupan; sebaliknya, ini adalah proses berkelanjutan yang berlangsung sepanjang hidup seseorang. Setiap kali individu menghadapi situasi baru atau bergabung dengan kelompok baru, mereka mengalami sosialisasi ulang Dimana mereka harus belajar dan menyesuaikan diri dengan norma dan nilai baru. Proses ini membantu individu tetap relevan dan adaptif dalam lingkungan sosial yang terus berubah.

Melalui sosialisasi, individu tidak hanya belajar bagaimana berperilaku sesuai dengan harapan sosial tetapi juga memahami peran mereka dalam struktur sosial yang lebih besar. Ini mencakup pemahaman tentang tanggung jawab mereka sebagai anggota masyarakat, baik dalam skala kecil, seperti keluarga dan komunitas, maupun dalam skala yang lebih besar, seperti bangsa dan dunia. Dengan demikian, sosialisasi adalah fondasi yang memungkinkan integrasi individu kedalam masyarakat, membentuk tatanan sisoal yang teratur dan berfungsi dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai sosialisasi ditemukan bahwa kurangnya penyebaran informasi tentang pajak reklame dan keterbatasan akses informasi yang jelas dan komprehensif mengenai kewajiban pajak reklame menyebabkan pemahaman yang terbatas dikalangan wajib pajak. Dampaknya, beberapa wajib pajak tidak sepenuhnya memahami kewajiban mereka terkait pajak reklame, yang berpotensi menyebabkan ketidakpatuhan. Hal ini menyoroti perlunya Upaya yang lebih aktif dalam menyebarkan informasi yang jelas dan mudah di akses tentang kewajiban pajak reklame kepada semua pihak yang terlibat.

Ketidakpahaman yang mungkin dimiliki beberapa wajib pajak terhadap kewajiban mereka terkait pajak reklame menjadi tantangan yang perlu diatasi. Dengan meningkatkan pemahaman mereka tentang kewajiban pajak ini melalui sosialisasi yang lebih efektif dan penyediaan informasi yang lebih muda di akses, diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dan mengurangi potensi ketidakpatuhan.

Dalam mengatasi tantangan tersebut, administrasi perpajakn perlu memperkuat Upaya sosialisasi dan penyediaan informasi yang komprehensif. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman yang baik dan kepatuhan yang optimal terhadap pajak reklame, sejalan dengan prinsip-prinsip yang dinyatakan oleh Pandiangan.

7

Dengan demikian, pelaksanaan administrasi perpajakn akan lebih efektif dalam mencapai tujuan merealisasikan peraturan perpajakan dan memastikan penerimaan negara sesuai dengan amanat APBN.

1. Responsibilitas

Responsibilitas mengacu pada kewajiban seseorang untuk melaksanakan tugas atau peran tertentu dan bertanggung jawab atas hasil Tindakan atau Keputusan yang diambil. Ini melibatkan akuntabilitas, di mana individu harus siap mempertanggungjawabkan apa yang mereka lakukan, serta menunjukan kemandirian dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan tugas. Selain itu, responsibilitas mencakup kesadaran etis dan moral, yang berarti bertindak dengan mempertimbangkan dampak terhadap orang lain dan berpegang pada nilai-nilai yang dijunjung tinggi. Komitmen untuk menyelesaikan tugas dengan baik dan memenuhi standar yang diharapkan juga merupakan bagian penting dari responsibilitas.

Dalam konteks professional dan sosial, responsibilitas membangun kepercayaan dan keteraturan. Di lingkungan kerja, ini berarti karyawan tidak hanya memenuhi tugas mereka tetapi juga berkontribusi positif terhadap tujuan organisasi. Besaran dan ruang lingkup organisasi secara hirarkis akan diikuti dengan aliran pekerjaan Standard Operating Procedures (SOP) dalam implementasinya. Karenanya, semakin luas organisasi akan semakin tinggi strukturnya, semakin banyak unit-unit kerja, dan semakin jauh rentang kendalinya yang diikuti dengan SOP yang semakin luas pula. [7]

Sementara dalam kehidupan sosial, responsibilitas melibatkan kewajiban untuk bertindak demi kebaikan bersama, seperti mematuhi hukum dan terlibat dalam komunitas. Hukum adalah peraturan yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah. Salah satu sifat hukum adalah memaksa setiap orang untuk mematuhinya, jika tidak maka aka nada sanksi yang diberikan. [8] Secara keseluruhan, responsibilitas adalah fondasi penting untuk menciptakan hubungan yang sehat, lingkungan kerja yang produktif, dan masyarakat yang berfungsi dengan baik.

Fungsi manajemen merupakan salah satu yang dilakukan untuk menjamin pelaksanaan kegiatan sesuai dengan kebijakan dan rencana yang telah ditetapkan serta memastikan tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. [9]

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa wajib pajak sering menghadapi berbagai kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak reklame. Salah satu masalah utama yang teridentifikasi adalah kurangnya informasi yang jelas mengenai batas waktu pembayaran dan cara menghitung pajak. Hal ini menyebabkan kebingungan dan keterlambatan dalam pembayaran. Selain itu, system pembayaran online yang sering lambat atau mengalami gangguan teknis juga menghambat proses pembayaran. Ketidakpastian dalam teknologi ini membuat wajib pajak merasa frustasi dan enggan untuk melakukan pembayaran secara tepat waktu. Kesulitan lainnya muncul dari ketidakpahaman wajib pajak tentang aturan terbaru terkait pajak reklame, terutama Ketika ada perubahan baru yang diberlakukan. Hal ini menambah beban administratif dan menimbulkan kebingungan di kalangan wajib pajak.

Selain masalah teknis dan administratif, terdapat juga tantangan ekonomi yang signifikan. Usaha kecil sering menghadapi kesulitan dalam menyeimbangkan biaya pajak dengan pendapatan yang tidak stabil. Pendapatan yang fluktuatif membuat mereka kesulitan dalam menyisihkan dana khusus untuk membayar pajak reklame. Keadaan ini diperburuk oleh rendahnya kesadaran tentang pentingnya membayar pajak reklame tepat waktu. Banyak wajib pajak yang tidak memahami manfaat dari pembayaran pajak ini, seperti dukungan untuk pembangunan infrastruktur dan pelayanan public yang lebih baik. Kurangnya edukasi dan sosialisasi mengenai aturan dan manfaat pajak reklame menyebabkan rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak.

Diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak tentang manfaat pajak, penyediaan informasi yang jelas dan mudah dipahami, serta peningkatan kesadaran akan pentingnya pajak untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah elemen-elemen utama yang secara langsung mempengaruhi atau menentukan hasil dari suatu proses atau kejadian. Mereka berfungsi sebagai penyebab utama yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kondisi atau hasil tertentu, seperti gaya hidup dan genetika dalam Kesehatan, atau dukungan keluarga dan kualitas pendidikan dalam keberhasilan akademik.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa masalah terkait pajak reklame yang teridentifikasi melibatkan beberapa aspek yang secara keseluruhan mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh wajib pajak. Terdapat kekurangan pemahaman yang signifikan dari pihak wajib pajak tentang manfaat yang diperoleh melalui pembayaran pajak reklame. Faktor ini diintensifkan oleh kondisi ekonomi yang sulit, yang menyebabkan sebagian besar wajib pajak kesulitan memenuhi kewajiban pajak mereka. Terlebih lagi, minimnya informasi yang tersedia tentang aturan, tarif, dan manfaat pajak seringkali membuat wajib pajak tidak menyadari pentingnya kewajiban mereka dalam membayar pajak reklame.

Kurangnya pemahaman tentang prosedur dan kewajiban yang terkait dengan pajak reklame juga merupakan masalah yang signifikan. Wajib pajak seringkali tidak sepenuhnya memahami langkah-langkah yang harus diambil dan tanggung jawab apa yang harus mereka penuhi terkait dengan pajak reklame ini.

8

Terutama dalam konteks penurunan pendapatan usaha yang berdampak pada kemampuan wajib pajak untuk membayar pajak, pemahaman yang kurang tentang prosedur dan kewajiban semakin mempersulit situasi.

**IV.KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis dan diuraikan sebelumnya dapat dilihat maka sesuai dengan penelitian mengenai Penerimaan Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pendapatan Daerah Kota Tomohon dapat disimpulkan bahwa :

1. Sosialisasi

Kurangnya penyebaran informasi yang jelas dan keterbatasan akses informasi yang komprehensif tentang kewajiban pajak reklame menyebabkan pemahaman yang terbatas dikalangan wajib pajak. Hal ini dapat mengakitbatkan ketidakpahaman terhadap kewajiban pajak mereka, yang berpotensi menyebabkan ketidakpatuhan.

1. Responsibilitas

Wajib pajak menghadapi kesulitan dalam pembayaran pajak reklame, termasuk kurangnya informasi, gangguan teknis pada system online, serta ketidakpahaman aturan terbaru. Usaha kecil kesulitan menyeimbangkan biaya pajak dengan pendapatan, sementara rendahnya kesadaran manfaat pajak menyebabkan Tingkat kepatuhan rendah.

1. Kualitas Pelayanan

Masalah terkait pajak reklame mencakup kekurangan pemahaman wajib pajak tentang manfaat pajak, kondisi ekonomi sulit yang menyulitkan pembayaran pajak, minimnya informasi tentang aturan pajak, serta kurangnya pemahaman tentang prosedur dan kewajiban terkait pajak reklame.

**REFERENSI**

1. Peraturan Daerah Kota Tomohon Nomor 8 Tahun 2017
2. Maleong, L. J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
3. Mardiasmo. Perpajakan Edisi Terbaru. (2018). Andi
4. Lumbantoruan. (2017). Ensiklopedi Perpajakan. Jakarta : Erlangga
5. Dewi, Sumaryanto. (2019). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Pemahaman Wajib Pajak Kualitas Pelayanan Tarif Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
6. D. L. Fajri. (2021). Pengertian Sosialisasi Bentuk dan Tahapannya
7. L. Lumingkewas. (2018). Pengantar Analisis Kebijakan Publik Teori Dan Aplikasi. Malang.Wineka Media
8. F. Mamonto. E. E. Masengi. (2023) Digitalisasi Pelayanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Aplikasi E-Samsat Di Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sulawesi Utara.(vol.5)
9. M. C. Poto, M. S. , Dr. Abdul R. Dilapanga, Sendouw Recky H. E. (2023). Kepatuhan Peserta BPJS Kesehatan Mandiri Melalui Aktifitas Telecollecting Di Kantor Cabang Tondano. (Vol.1)

[10] M. P. Publik and A. Nurmandi, “Manajeman Pelayanan Publik,” 2010.

[11] I. D. Kurniati *et al.*, *Manajeman pelayanan publik*. 2015.

[12] Jisman, J., & Novitasari, N. (2023). Kualitas Pelayanan Publik Kepengurusan Kartu Pencari Kerja Pada Dinas Sosial dan Transmigrasi Kabupaten Sigi. *Jurnal ADMINISTRATOR: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *5*(2), 181-191.

[13] Hardiyansyah. 2018. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya.* Yogyakarta: Gava Media.

[14] Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*, *dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

[15] Setiawan, F. (2022). Kualitas Pelayanan Publik Di Dinas Kependudakan Dan Catatan Sipil Kabupaten Barito Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Administrasi Negara Vol*, *6*(01).

9