

VOLUME 24, NO. 01, NOVEMBER 2023

# Analisis

<https://asmistmaria.ac.id./wp/jurnal-analisis/>

## JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

**Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia ke India  
Tahun 2000-2019**

*I. Agus Wantara & Maria Anita Santana*

**Analisis Titik Impas untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek  
Studi pada Kedai Kopi Lima Suara Yogyakarta**

*Agus Budi Raharjo, Jaro Kenya, & Endang Raino Wirjono*

**Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Kemudahan terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim Lokal**

*Budi Santosa & Siti Zahra Sandini*

**Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan terhadap  
Kinerja Keuangan Perusahaan**

*Widiastuti Lestari & I Gede Siswantaya*

**Pengaruh Modal Anggota, Modal Lembaga dan Pinjaman terhadap  
Sisa Hasil Usaha (SHU) pada KSP Credit Union Satu Hati Sendangrejo  
Yogyakarta**

*Susi Hermawanti & Cicilia Sehvi Cahyaningsih*

**Kinerja Keuangan**

**Pemerintah Daerah Kabupaten dan Kota di Sulawesi Tengah**

*Meylinda Rosari Dhanio & Heribertus Andre Purwanugraha*

**Analisis Pengaruh NPL terhadap ROA & ROE  
pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk  
Kantor Cabang Yogyakarta**

*Anastasia Irmawati & Gregorius Jarot Windarto*

**Electronic Human Resource Management (E-HRM)  
pada Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0**

*Indri Erkaningrum F.*

**Strategi Intensifikasi Pajak Reklame  
Melalui Pengurangan Pajak dan  
Layanan Pajak Daerah (LPD) Secara Online  
di Kota Yogyakarta**

*Petrus Sutono*

ISSN 1978-9750

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
ASM MARSUDIRINI SANTA MARIA YOGYAKARTA

# Analisis

## JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

### Dewan Redaksi

**Pelindung** : Sr. M. Paula Suwarni OSF, S.Ag., M.Sos.  
**Pemimpin Redaksi** : Dra. M.A. Susi Hermawanti, M.M.  
**Redaktur Pelaksana** : B. Budiningsih, S.Pd., M.M.  
**Dewan Redaksi** : Indri Erkaningrum F., SE., M.Si.  
Drs. G. Jarot Windarto, M.M.  
Petrus Sutono, S.E., M.M., M.Ti.

**Mitra Bestari** : Dr. R. Kunjana Rahardi, M.Hum.

**Administrasi & Sirkulasi** : Bagas Dewa Prayudhi, A.Md

### Alamat Redaksi

**Kantor** : Program Studi Manajemen  
ASM Marsudirini Santa Maria  
Jalan Bener 14, Tegalorejo, Yogyakarta

**Telepon** : (0274) 585836

**Faksimile** : (0274) 585841

**Rekening Bank** : Bank Niaga Cabang Sudirman  
Nomor Rekening 018-01-13752-00-3  
a.n. ASMI Santa Maria Yogyakarta

**Berlangganan** : Langsung menghubungi Alamat Redaksi  
u.p. Bagian Administrasi dan Sirkulasi

Jurnal Bisnis dan Akuntansi "Analisis" diterbitkan oleh Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta, dimaksudkan untuk mempublikasikan hasil penelitian empiris terhadap praktik dan proses bisnis kontemporer. Jurnal ini terbit dua kali setahun pada bulan November dan Mei. Redaksi menerima naskah artikel ilmiah hasil penelitian dalam wilayah bisnis dan akuntansi dari para pakar, peneliti, alumni, dan sivitas akademika perguruan tinggi.

# Analisis

## JURNAL BISNIS dan AKUNTANSI

### DAFTAR ISI

<b>Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia ke India Tahun 2000-2019</b> <i>I. Agus Wantara &amp; Maria Anita Santana</i> .....	1
<b>Analisis Titik Impas untuk Perencanaan Laba Jangka Pendek Studi pada Kedai Kopi Lima Suara Yogyakarta</b> <i>Agus Budi Raharjo, Jaro Kenya, &amp; Endang Raino Wirjono</i> .....	13
<b>Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim Lokal</b> <i>Budi Santosa &amp; Siti Zahra Sandini</i> .....	23
<b>Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan</b> <i>Widiastuti Lestari &amp; I Gede Siswantaya</i> .....	33
<b>Pengaruh Modal Anggota, Modal Lembaga dan Pinjaman terhadap Sisa Hasil Usaha (SHU) pada KSP Credit Union Satu Hati Sendangrejo Yogyakarta</b> <i>Susi Hermawanti &amp; Cicilia Sehvi Cahyaningsih</i> .....	44
<b>Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten dan Kota di Sulawesi Tengah</b> <i>Meylinda Rosari Dhanio &amp; Heribertus Andre Purwanugraha</i> .....	58
<b>Analisis Pengaruh NPL terhadap ROA &amp; ROE pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Yogyakarta</b> <i>Anastasia Irmawati &amp; Gregorius Jarot Windarto</i> .....	71
<b>Electronic Human Resource Management (E-HRM) pada Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0</b> <i>Indri Erkaningrum F.</i> .....	84
<b>Strategi Intensifikasi Pajak Reklame Melalui Pengurangan Pajak dan Layanan Pajak Daerah (LPD) Secara Online di Kota Yogyakarta</b> <i>Petrus Sutono</i> .....	100

## LAYANAN PAJAK DAERAH (LPD) SECARA ONLINE DI KOTA YOGYAKARTA

Petrus Sutono

### *Abstract*

*Original Regional Income (PAD) is regional government income sourced from regional levies and taxes. Regional governments strive to maximize regional levies and taxes so that regional income targets are met. Advertisement tax as one of the regional tax objects in the city of Yogyakarta is also always maximized through tax intensification. In its implementation, advertising tax collection did not run smoothly, due to objections to paying and complicated permit processing. The strategy adopted by the regional government is to provide relief from billboard tax payments and online regional tax services (LPD) through the Jogja Smart Service (JSS) application. This service supports the government in collecting tax revenues more effectively and fulfilling tax obligations more easily, quickly and transparently.*

**Key words:** *local revenue, levies, regional taxes, advertising taxes, tax intensification, tax relief, regional tax services.*

### **A. Pendahuluan**

Perkembangan perekonomian yang semakin meningkat di Kota Yogyakarta, orang atau badan yang mempunyai suatu usaha atau suatu produk akan sangat membutuhkan media reklame untuk memperkenalkan produk atau usahanya. Saat ini aktivitas bisnis di Kota Yogyakarta semakin meningkat baik di bidang jasa maupun perdagangan. Salah satu alat untuk melakukan promosi adalah dengan melalui reklame/periklanan sehingga permintaan reklame semakin meningkat.

Reklame merupakan salah satu objek pajak daerah yang boleh dipungut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Aktivitas pemasangan reklame yang semakin meningkat merupakan salah satu potensi bagi Pemerintah kota Yogyakarta dalam penerimaan pajak daerah untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Potensi pajak reklame di Kota Yogyakarta juga cukup besar, sehingga perlu strategi optimalisasi melalui kebijakan pemungutan yang baik. Salah

satu indikator keberhasilan pemungutan pajak ditentukan oleh administrasi perpajakan yang diterapkan oleh instansi pemungut. Selain itu untuk meningkatkan PAD dari pajak reklame, penertiban pemasangan reklame juga harus terus dilakukan. Papan reklame yang dinilai tidak memenuhi aturan yang berlaku harus ditertibkan. Pemasangan papan reklame sudah seharusnya dibarengi dengan izin dan ketentuan yang benar dan transparan, sehingga tidak menyulitkan dalam menarik pajak reklame. Kebijakan ini dilakukan untuk mengurangi potensi kehilangan pendapatan dari pajak reklame.

### **B. Pembahasan**

Pengurangan pajak reklame adalah kegiatan optimalisasi penggalan penerimaan pajak terhadap objek pajak yang telah tercatat atau terdaftar. Langkah ini dimaksudkan guna memberi kelonggaran bagi yang berkeberatan atas pajak reklame. Intensifikasi adalah kepercayaan bagi instansi terkait untuk selalu dilakukan sebagai respon atas naluri

yang sangat manusiawi dari wajib pajak, yaitu jika bisa membayar sedikit mengapa harus membayar lebih. Naluri yang pada gilirannya menimbulkan upaya-upaya penghindaran pajak, baik melalui celah-celah peraturan perpajakan dengan *tax planning*, maupun upaya dengan melawan hukum seperti penyelundupan dan penggelapan pajak. Suatu hal yang harus selalu dicermati oleh fiskus, karena memang tidak mudah menyadarkan siapapun untuk secara sukarela memberikan sebagian hasil jerih payah bekerja untuk membayar pajak yang dengan tidak mendapat kontraprestasi.

Kebijakan intensifikasi bertujuan untuk mencermati seluruh obyek pajak sesuai dengan yang ditentukan atau tidak, kebijakan ini dilakukan sebagai kegiatan penarikan pajak. Fokus kebijakan intensifikasi adalah mengidentifikasi masalah teknis pemungutan pajak. Teknik pemungutan pajak secara umum dilakukan dengan penyuluhan, dengan beragam cara dan melalui berbagai media. Secara khusus untuk wajib pajak tertentu, teknik ini berbentuk himbuan, konseling, penelitian, pemeriksaan dan bahkan penyidikan jika terjadi pelanggaran.

Langkah yang ditempuh oleh Pemerintah dalam mewujudkan kebijakan perpajakan ini adalah dengan mengadakan reformasi perpajakan (*tax reform*). Reformasi ini bukan hanya mereformasi administrasi perpajakan, tetapi harus melakukan reformasi birokrasi menyeluruh menyangkut aspek penegakan hukum terhadap aparat pajak (fiskus) yang melakukan praktik tercela, baik pada tahap perhitungan pajak maupun pembayaran.

Reformasi administrasi didefinisikan sebagai: "*the artificial inducement of administration transformation against resistance.*" Definisi dari Caiden ini mengandung beberapa implikasi: (1) reformasi administrasi merupakan kegiatan yang dibuat oleh manusia (*manmade*) tidak bersifat eksidental, otomatis maupun

alamiah, (2) reformasi administrasi merupakan suatu proses, (3) resistensi beriringan dengan proses reformasi administrasi. Para ahli memberikan suatu pengertian tentang kebijakan perpajakan sebagai pelaksana pemungutan pajak berdasarkan Undang-Undang perpajakan guna membantu atau mewujudkan pelaksanaan kebijakan Pemerintah dalam mengendalikan atau menanggulangi keadaan masyarakat dan negara.

### 1. Pemungutan Pajak

Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah sebagai perwujudan meningkatkan pendapatan asli daerah, Dalam melakukan pemungutan pajak reklame, pemerintah daerah harus membuat ketentuan peraturan yang jelas dan transparan sehingga bagi masyarakat yang akan memasang reklame memahami dan sadar akan kewajiban membayar pajak reklame tersebut. Teori yang termasuk dalam asas pemungutan pajak menurut falsafah hukum, yakni:

- a. Teori asuransi  
Fiskus berhak memungut pajak dari penduduk, karena negara dianggap identik dengan perusahaan asuransi, dan wajib pajak adalah tertanggung yang wajib membayar premi dalam hal ini pajak. Negara yang berhak memungut pajak itu, menurut teori ini, melindungi segenap rakyatnya.
- b. Teori kepentingan  
Bahwa negara berhak memungut pajak dari penduduknya, karena penduduk negara tersebut mempunyai kepentingan kepada negara. Semakin besar kepentingan penduduk kepada negara, maka semakin besar pula perlindungan negara kepadanya.
- c. Teori bakti  
Teori ini mengajarkan bahwa penduduk adalah bagian dari suatu negara, penduduk terikat pada keberadaan negara, karenanya

penduduk wajib membayar pajak, wajib berbakti kepada negara.

- d. Teori daya pikul  
Teori ini hanya mengusulkan supaya dalam memungut pajak, pemerintah harus memperhatikan daya pikul dari wajib pajak.
- e. Teori asas daya beli  
Menurut teori ini justifikasi pemungutan pajak terletak pada efek atau akibat pemungutan pajak, hampir seluruh negara pemungutan pajak membawa efek atau akibat yang positif.

Asas pemungutan pajak:

- a. Asas yuridis  
Asas ini mengemukakan supaya pemungutan pajak harus didasarkan pada undang-undang. Untuk Indonesia hal ini sesuai dengan 8 kata yang tercantum dalam Pasal 23 ayat 2 UUD 1945 yang berbunyi: "Segala pajak untuk keperluan negara berdasarkan undang-undang".
- b. Asas ekonomis  
Asas ini menekankan supaya pemungutan pajak jangan sampai menghalang-halangi produksi dan perkeonomian rakyat.
- c. Asas finansial  
Asas ini menekankan supaya biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memungut pajak haruslah jauh lebih rendah daripada jumlah pajak yang terpengut.

## 2. Pajak Reklame

Pengertian reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Pengertian pajak reklame menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dalam Lasmana (2017:352), "pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.

Sedangkan objek pajak reklame Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 47 ayat (1) dalam Lasmana (2017:366), "objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame".

Pemungutan Pajak Reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar hukum pemungutan Pajak Reklame pada suatu Kabupaten/Kota adalah sebagai berikut :

- a. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 Tentang Pajak Daerah.
- c. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 74 Tahun 2009 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 9 Tahun 1998 Tentang Pajak Reklame.

## 3. Objek dan Subjek Pajak Reklame

Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh penyelenggara reklame. Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame adalah :

- a. Reklame Papan/Billboard  
Reklame papan/billboard adalah reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.

- b. Reklame videotron/ megatron / *Large Electronic Display (LED)*.  
Reklame megatron adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.
- c. Reklame kain  
Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
- d. Reklame Melekat (Stiker)  
Reklame melekat (stiker) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi atau prasarana umum.
- e. Reklame Selebaran  
Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk selebaran lepas diselenggarakan dengan cara diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan, pada suatu benda lain.
- f. Reklame Berjalan / Kendaraan  
Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- g. Reklame Udara  
Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.
- h. Reklame Suara  
Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.

- i. Reklame Film atau Slide  
Reklame film atau slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.
- j. Reklame Peragaan  
Reklame peragaan yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara. (Marihot P Siahaan 2008:105)

#### 4. Keringanan Pajak reklame

Semakin meningkat kegiatan perekonomian, maka kebutuhan anggaran pemerintah daerah juga mengalami peningkatan. Kebijakan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah ditempuh salah satunya dengan meningkatkan potensi pajak reklame di wilayah kota Yogyakarta. Namun kenaikan tersebut akan menyebabkan beban berat bagi masyarakat sehingga akan ada kecenderungan untuk tidak membayarnya. Berdasarkan data dan informasi yang sering dipublikasikan, masih banyak wajib pajak yang menunggak/ tidak membayar pajak reklame dalam kurun waktu yang cukup lama. Hal ini mengakibatkan adanya denda berjalan terhadap pokok pajak tahun tertentu. Besarnya denda adalah 2% per bulan dan maksimal 48 bulan. Adanya aturan denda ini mengakibatkan jumlah tagihan pajak reklame yang meliputi pokok pajak dan denda pajak menjadi besar. Akibatnya wajib pajak menjadi enggan untuk melunasi pembayaran pajak reklame. Salah satu upaya yang ditempuh untuk merangsang supaya masyarakat mau membayar pajak adalah dengan memberikan kebijakan pengurangan pajak, baik dendanya maupun pokok pajaknya.

Pemerintah kota Yogyakarta melaksanakan strategi pengurangan pajak reklame dengan memberikan fasilitas

keringanan melalui surat permohonan keringanan pajak reklame yang ditujukan kepada Wali Kota. Selanjutnya Wali kota berdasarkan permohonan keringanan dan berdasarkan pertimbangan kemampuan membayar wajib pajak atau kondisi tertentu, dapat memberikan keringanan pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Jangka waktu pemrosesan berkas tersebut sekitar satu bulan, dan masyarakat dapat melihat progress apakah sudah ada keputusan tentang keringanan yang diajukan. Jika tidak ada kendala yang berarti dan berdasarkan pertimbangan dari pemerintah Kota Yogyakarta melalui Kantor Pelayanan Pajak Daerah (KPPD) kota Yogyakarta, maka akan diterbitkan surat keputusan pajak yang baru. Berdasarkan pengalaman yang sudah dialami maka keringanan pajak berkisar 25% sampai 75% dari total pajak terutang. Fasilitas keringanan tersebut mendapat apresiasi dari masyarakat kota Yogyakarta dengan banyaknya masyarakat yang berbondong-bondong mengajukan keringanan pajak reklame.

Pembayaran pajak reklame juga bisa dilakukan secara online melalui Layanan Pajak Daerah Online ini yang dapat diakses melalui aplikasi Jogja Smart Service (JSS). Langkah ini diambil sebagai upaya mempercepat implementasi digitalisasi transaksi keuangan daerah berbasis digital.

### C. Kesimpulan

Kebijakan pemerintah daerah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah dari Pajak reklame adalah dengan intensifikasi pajak yakni melalui fasilitas pengurangan pajak reklame. Pengurangan pajak diberikan kepada wajib pajak yang mengajukan keringanan pajak reklame sehingga menjadi rangsangan bagi masyarakat untuk patuh membayar pajak. Pelaksanaan kebijakan ini sangat menarik minat masyarakat yang keberatan atas besarnya nominal pajak untuk memperoleh

keringanan dalam pembayaran pajak reklame, hal ini terbukti banyaknya masyarakat yang enggan membayar pajak menjadi sadar untuk melakukan pelunasan pajak. Selain itu guna menjamin ketertiban dan kelancaran pembayaran pajak reklame juga didukung dengan peluncuran Transformasi Layanan Digital Pembayaran Pajak Daerah dan Portal Layanan Pajak Daerah (LPD) online yang dapat diakses melalui website [jss.jogjakota.go.id](http://jss.jogjakota.go.id) dan aplikasi mobile Jogja Smart Service (JSS).

### DAFTAR PUSTAKA

- Peraturan Walikota (PERWALI) Kota Yogyakarta Nomor 32 Tahun 2023, tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 6 Tahun 2022 Tentang Reklame
- Gunadi, John L. Hutagaol, Richard Burton, *Perpajakan*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta. 2010.
- Munawir H.S. *Perpajakan*. Liberty. Yogyakarta. 2012.
- Mardiasmo. *Perpajakan* (Edisi Revisi 2013). Penerbit Andi. Yogyakarta 2017.



## BIODATA PENULIS

**I. Agus Wantara**, dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Program Sarjana Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. S<sub>2</sub> diselesaikan di Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.

**Maria Anita Santana**, mahasiswa pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

**Dominicus Agus Budi Raharjono**, lahir di Yogyakarta, 6 Agustus 1967. Pada tahun 1992 menyelesaikan pendidikan Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada Yogyakarta, dan pada tahun 2002 menyelesaikan Program Magister Sains Ilmu Akuntansi di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Sejak tahun 1994 menjadi dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika (dh. Fakultas Ekonomi) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan mengampu mata kuliah Sistem Pengendalian Manajemen, Akuntansi Manajemen, dan Teori Portofolio dan Analisis Investasi.

**Jaro Kenya**, mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan telah yudisium bulan November 2021.

**Endang Raino Wirjono**, lahir di Pekalongan 24 Agustus 1970. Pada tahun 1994 menyelesaikan pendidikan Sarjana Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan pada tahun 2002 menyelesaikan Program Magister Sains Ilmu Akuntansi di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Sejak tahun 1994 menjadi dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika (dh. Fakultas Ekonomi) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dan mengampu mata kuliah Praktik Akuntansi, Akuntansi Biaya, dan Manajemen Risiko.

**Budi Santosa**, Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma (*Gunadarma University*). Penulis dapat dihubungi melalui email [budi6947@gmail.com](mailto:budi6947@gmail.com)

**Siti Zahra Sandini**, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma (*Gunadarma University*). Penulis dapat dihubungi melalui email [zahra.sasan@gmail.com](mailto:zahra.sasan@gmail.com)

**Widiastuti Lestari**, lahir di Pekalongan, 10 Maret 2000. Menyelesaikan pendidikan S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2022.

**I Gede Siswantaya**, lahir di Singaraja, 12 Oktober 1959. Menyelesaikan pendidikan S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 1990. Menyelesaikan pendidikan S2 Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang tahun 2007. Tahun 1992 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Akuntansi Pengantar, Akuntansi Keuangan Menengah, Akuntansi Lanjutan, Akuntansi Kombinasi Bisnis dan Praktik Akuntansi

**MA. Susi Hermawanti**, lahir di Pekalongan 6 Maret 1968. Menyelesaikan S1 pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1991. Lulus Program S2 Magister Manajemen pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2002. Sejak tahun 1994 menjadi dosen tetap ASMI Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu: Manajemen Keuangan, Statistika Bisnis dan Metodologi Penelitian. Jabatan akademik Lektor IIID.

**Cicilia Sehvi Cahyaningsih**, mahasiswa Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta dan telah diwisuda pada bulan September 2023.

**Meylinda Rosari Dhanio**, mahasiswa Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, telah yudisium Bulan Agustus 202.

**Heribertus Andre Purwanugraha**, lahir di Yogyakarta, Februari 1975, adalah seorang tenaga pendidik tetap di Program Studi Akuntansi, Departemen Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika (dh Fakultas Ekonomi), Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1997 dan menyelesaikan Program Master Business Administration di bidang Public Finance, Graduate School of Business, Assumption University, Bangkok, Thailand tahun 2003. Penulis memiliki pengalaman meneliti di bidang Keuangan untuk organisasi nirlaba dan pernah menerbitkan Buku Akuntansi Sektor Publik sebagai bahan ajar mata kuliah. Penulis memiliki pengalaman mengajar untuk mata kuliah Akuntansi Biaya, Manajemen Biaya, Praktek Akuntansi. Di bidang seni, beliau adalah penggiat di bidang musik dan seni suara utamanya di paduan suara.

**Anastasia Irmawati**, mahasiswa Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta dan telah diwisuda pada bulan Oktober 2022.

**G. Jarot Windarto**, lahir di Yogyakarta pada tanggal 27 Februari 1965. Tahun 1991 menyelesaikan Pendidikan Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1996 menyelesaikan Pendidikan Magister Manajemen pada Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sejak 1992 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Penulis memiliki pengalaman mengajar untuk mata kuliah Manajemen Pemasaran, Manajemen Operasi, Etika Bisnis dan Pengantar Bisnis. Jabatan Fungsional: Lektor Penata III/c.

**Indri Erkaningrum F., SE., M.Si**, dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta sejak 1995 dengan jabatan fungsional akademik Lektor Kepala. Program Sarjana Jurusan Manajemen diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 1994 dan menyelesaikan program Magister Sains Manajemen Universitas Gadjah Mada Yogyakarta pada tahun 2002. Penulis mempunyai pengalaman mengajar pada Program Studi Manajemen, Administrasi Perkantoran, dan *Public Relations* ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta, menjadi dosen tidak tetap pada beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta, dan menjadi nara sumber pelatihan. Artikel-artikel penulis telah dipublikasikan di majalah populer, koran, prosiding, dan jurnal-jurnal perguruan tinggi. Penulis dapat dihubungi melalui email [indrierkaningrum@gmail.com](mailto:indrierkaningrum@gmail.com).

**Petrus Sutono**, lahir di Sleman tanggal 16 Juni 1970. Tahun 1996 menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 1998

menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tahun 2011 Menyelesaikan pendidikan S2 pada Program Studi Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sejak tahun 1998 sampai sekarang menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen ASM Marsudirini Santa Maria Yogyakarta. Mata kuliah yang diampu adalah Perpajakan, Sistem Informasi Manajemen, Kewirausahaan, dan Perilaku Konsumen.

## PEDOMAN PENULISAN

### BAHASA

1. Naskah yang diserahkan kepada Tim Redaksi ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.
2. Naskah ditulis sesingkat dan selugas mungkin dengan mengikuti kaidah-kaidah penulisan yang baik dan benar.

### FORMAT

1. Teks naskah atau manuskrip diketik dalam MS-Word setebal 15-20 halaman A-4 dengan huruf Times New Roman atau Arial 12 point spasi ganda. Khusus kutipan langsung diindent sejauh tabulasi.
2. Marjin (batas tepi) bagian atas 2 cm, bawah 4 cm, samping kanan 3 cm dan samping kiri 1,5 cm.
3. Naskah atau manuskrip diserahkan dalam rupa print-out di atas kertas putih yang dapat dibaca dengan jelas, disertai data elektronisnya dalam disket, CD, Flash Disk, atau sarana lain yang dapat diakses Tim Redaksi.
4. Pada halaman cover dicantumkan judul tulisan, nama penulis, gelar, jabatan serta institusinya, dan catatan kaki yang menunjukkan kesediaan penulis memberikan data-data lebih lanjut.
5. Pada setiap halaman (termasuk tabel, lampiran, dan acuan/kepuustakaan) diberi angka halaman urut dengan angka 1 dan seterusnya. Khusus bagian/halaman pertama tulisan tidak diberi judul dan angka halaman.
6. Jika tidak digunakan dalam tabel, daftar, unit atau kuantitas matematis, statistik, teknis keilmuan (jarak, bobot, ukuran), angka-angka harus dilafalkan (dieja) lengkap: dua kali suku bunga yang berlaku. Dalam berbagai kasus, angka perkiraan juga dieja lengkap: masa berlakunya kira-kira lima tahun.
7. Jika dipergunakan dalam konteks nonteknis, persentase dan pecahan desimal ditulis (dieja) lengkap. Jika

digunakan dalam kerangka bahasan teknis ditulis % atau .....

8. Kata kunci dicantumkan setelah abstrak, terdiri atas empat kata kunci, untuk membantu si pemberi indeks.

### ABSTRAK

1. Panjang abstrak tidak lebih dari 200 kata, dicantumkan pada halaman tersendiri sebelum teks isi.
2. Jika naskah berbahasa Indonesia, abstrak ditulis dalam Bahasa Inggris, sebaliknya jika naskah berbahasa Inggris, abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Abstrak mencakup ikhtisar pertanyaan dan metode penelitian, temuan dan pentingnya temuan, serta kontribusinya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
4. Judul harus dicantumkan pada halaman abstrak, dengan disertai nama penulis dan institusinya.

### TABEL DAN GAMBAR

1. Semua tabel dan gambar (grafik) yang diperlukan untuk mendukung pembahasan isi naskah dicantumkan pada halaman terpisah dan ditempatkan pada akhir teks yang berkaitan.
2. Tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) diberi nomor urut dan judul sesuai dengan isi tabel dan gambar (grafik) termaksud.
3. Dalam teks harus terdapat acuan ke tiap-tiap tabel dan gambar (grafik) yang dicantumkan.
4. Atas tiap tabel dan gambar (grafik) harus ditunjukkan letak persisnya dalam teks dengan mempergunakan notasi yang tepat.
5. Tabel dan gambar (grafik) harus dapat diinterpretasikan tanpa harus mengacu pada teks yang sesuai.
6. Keterangan tentang sumber dan catatan harus dicantumkan di bawah tabel atau grafik.

7. Persamaan-persamaan diberi nomor dalam kurung dan penulisannya rata marjin sebelah kanan.

## DOKUMENTASI

### A. Acuan Karya

1. Setiap karya yang diacu dipertanggungjawabkan dengan mencantumkan nama penulis dan tahun penerbitannya sebagaimana tercantum dalam Daftar Pustaka. Kecuali itu penulis harus berusaha mencantumkan halaman karya yang diacu.
2. Contoh penulisannya: Seorang penulis (Kartajaya, 2003); dua orang penulis (Kartajaya dan Yuswohady, 2004); lebih dari dua orang penulis (Kartajaya et al. 2003), lebih dari dua sumber yang diacu bersamaan (Kartajaya, 2003; Handoko, 2004); dua tulisan atau lebih oleh seorang penulis (Kartajaya, 2003, 2004).
3. Untuk menghindari kerancuan, sebelum menuliskan angka halaman gunakan titik dua (Kartajaya, 2003:177).
4. Apabila pengarang yang diacu menerbitkan beberapa karya tulisnya sekaligus pada tahun yang sama dan semuanya harus diacu, sebaiknya digunakan akhiran a, b, c dan seterusnya: (Kartajaya, 2003a); (Kartajaya, 2003c); (Kartajaya, 2003 b; Handoko, 2004c).
5. Jika nama penulis yang diacu sudah disebutkan dalam teks, maka tidak perlu diulang: "Dikatakan oleh Kartajaya (2003:177), bahwa ...."
6. Jika tulisan yang diacu merupakan karya sebuah institusi, maka penulisan acuan harus menggunakan akronim atau singkatan sependek mungkin: (BEJ, 1998)
7. Jika tulisan yang diacu berasal dari kumpulan tulisan yang diketahui nama penulisnya, maka yang dicantumkan adalah nama penulis dan tahun penerbitan tulisan. Jika nama penulis tidak diketahui, maka yang dicantumkan

adalah nama penyunting dan tahun penerbitan kumpulan tulisan.

### B. Daftar Acuan/Daftar Pustaka

1. Pada akhir naskah/manuskrip dicantumkan Daftar Acuan atau Daftar Pustaka dan hanya berisi karya-karya yang diacu.
2. Setiap entri dalam daftar memuat semua data yang dibutuhkan, dengan format berikut.
  - a. Acuan diurutkan secara alfabetis berdasarkan nama akhir (keluarga) pengarang pertama atau institusi yang bertanggung jawab atas karya termaksud.
  - b. Setelah tanda koma, tambahkan inisial nama depan pengarang dan selalu diakhiri tanda titik.
  - c. Setelah koma, tuliskan tahun terbit karya termaksud dan diakhiri tanda titik.
  - d. Selanjutnya tuliskan judul jurnal atau karya yang diacu, dan tidak boleh disingkat.
  - e. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama, maka penulisannya diurutkan secara kronologis (menurut tahun terbitnya).
  - f. Jika ada dua karya atau lebih dari penulis yang sama dan diterbitkan pada tahun yang sama, maka penulisannya dibedakan dengan huruf yang diletakkan di belakang angka tahun.
3. Contoh Penulisan:
  - a. Majalah  
Sinamo, J.H. 1999. "Learning for Success," *Manajemen*, 125, pp.3-5.
  - b. Jurnal  
Klimoski, R. & S. Palmer, 1993. "The ADA and the hiring process in organizations," *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 45, pp. 10-36.

- c. Buku  
Zikmund, W. G. 2000. Business research methods, 3rd edition, Orlando, The Dryden Press.

- d. Kumpulan Tulisan  
Jika nama penulis diketahui:  
Anderson, W. 1958. Kerangka Analitis untuk Pemasaran. Dalam A. Usmara & B. Budiningsih (Penyunting). 2003. Marketing Classic, pp 55-76, Yogyakarta: Penerbit Amara Books.

Jika nama penulis tidak diketahui:  
Harianto, F, & S. Sudomo, 1998. Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia, pp. 25-134.

- e. Tesis/Disertasi  
Sanusi,E.S. 2001. Faktor-faktor permintaan dan penawaran yang mempengaruhi premium asing di Bursa Efek Jakarta, Tesis tidak diterbitkan, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

- f. Artikel On-Line  
Meyer, A.S. & K.Bock. 1992. Employee assistant programs supervisory referrals: Characteristics of referring and nonreferring supervisors (On-Line), Available [http:Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html](http://Hostname:www.businessmags.com,Directory:main/article.html)

#### **CATATAN KAKI**

1. Catatan kaki tidak digunakan untuk menuliskan acuan.
2. Catatan kaki hanya digunakan untuk memberikan informasi lebih lanjut atas suatu pokok bahasan, yang jika dicantumkan dalam teks dapat mengganggu kesinambungan tingkat keterbacaan teks.
3. Catatan kaki diletakkan pada akhir teks yang hendak dijelaskan, ditandai dengan nomor urut angka Arab yang ditulis superskrip.
4. Keterangan catatan kaki diketik dengan spasi ganda pada bagian bawah halaman yang berkaitan, ditandai (diawali) dengan angka Arab yang sesuai dan diketik superskrip.