

## **PENGARUH PAJAK REKLAME DAN PAJAK RESTORAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KOTA SURABAYA**

**Mahmud Nur Virgian Syah**

S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia.

Email: [mahmud.18002@mhs.unesa.ac.id](mailto:mahmud.18002@mhs.unesa.ac.id)

**Nurul Hanifa**

S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Email: [nurulhanifa@unesa.ac.id](mailto:nurulhanifa@unesa.ac.id)

### **Abstrak**

*Pembahasan artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi berpengaruhnya pajak reklame dan pajak restoran pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Surabaya periode 2011-2018. Dengan memakai deskriptif kuantitatif dengan analisis linier berganda dan data sekunder berupa time series periode 2011-2018, proses pengolahan dibantu adanya alat software SPSS 25. Hasil Uji adanya penelitian menghasilkan antara lain 1). Secara parsial, pajak reklame tidak memengaruhi Pendapatan Asli Daerah; 2). Pajak restoran memengaruhi Pendapatan Asli Daerah; dan 3). Pajak reklame dan restoran berpengaruh pada Pendapatan Asli Daerah.*

**Kata Kunci** :Pajak, Reklame, Restoran

### **Abstract**

*The aim of this article is to identify the effect of the advertisement tax and restaurant tax on Regional Original Income of Surabaya in 2011 – 2018. By using quantitative descriptive with multiple linear analysis and secondary data which were in the form of time series for the period 2011-2018, the data processing was assisted by a software named SPSS 25. The test results show that 1). The advertisement tax partially does not affect the Regional Original Income. 2). Restaurant tax affects Regional Original Income. 3). Advertising and restaurant taxes affect Regional Original Income.*

**Keywords**: Tax, Advertising, Restaurant

## PENDAHULUAN

Otonomi daerah adalah salah satu kewajiban daerah untuk mengatur dan menangani kepentingan masyarakat berdasarkan Undang-Undang (UU). Otonomi daerah memungkinkan pemerintah dan masyarakat umum untuk mengidentifikasi serta memahami sektor-sektor atau bidang-bidang mana saja yang dianggap potensial sebagai salah satu penggerak pembangunan daerah, misalnya melalui upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah yang dapat dicapai melalui partisipasi masyarakat dalam pembayaran pajak dan retribusi daerah (Fitriyani & Hendri, 2021).

Pengelolaan pendapatan daerah berperan sebagai kunci kemandirian wilayah. Supaya pembangunan daerah jangka pendek serta jangka panjang berjalan dengan lancar, salah satu kontribusi yang dibutuhkan berasal dari sektor pajak daerah. Besarnya pendapatan daerah sebuah wilayah dapat mengindikasikan besarnya Pendapatan Asli Daerah. Pemerintah berupaya merealisasikan program pembangunan dengan cara mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah seperti pajak reklame dan restoran yang dipandang mampu membantu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Farida, 2018).

Sebagai kota besar, berbagai aktifitas ekonomi seperti penawaran makanan, tempat hiburan, dan jasa terjadi di Kota Surabaya. Penawaran-penawaran tersebut seringkali dipasarkan melalui beragam media promosi dan advertensi, salah satunya adalah melalui pemasangan sebuah reklame. Hal ini disebabkan reklame dinilai mampu mengiklankan serta mempromosikan sebuah produk dan/atau jasa secara optimal kepada masyarakat (Rizal, 2019).

Pajak reklame memiliki potensi besar menyumbang pendapatan pajak daerah di Kota Surabaya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya tempat-tempat strategis yang dapat digunakan untuk pemasangan reklame, baliho, maupun reklame megatron sebagai dampak positif dari Surabaya yang disebut sebagai kota metropolitan. Banyaknya pemasangan reklame berpengaruh efektif pada pengenaan pajak reklame daerah. Apabila jumlah perusahaan yang menggunakan reklame sebagai media promosi produknya besar, maka pemasukan yang akan diperoleh Kota Surabaya juga semakin meningkat (Rahmawati, 2014).

Menurut data dari Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya (BPKPD Surabaya, 2019), telah terjadi fluktuasi pada pencapaian pajak reklame di Kota Surabaya dalam delapan tahun, terhitung sejak 2011 hingga 2018, bahkan beberapa di antaranya tidak memenuhi target. Banyaknya jumlah reklame yang terpasang di sepanjang jalanan Kota Surabaya tersebut berbanding terbalik dengan perolehan pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah yang sangat minim.

Dikarenakan adanya fenomena reklame yang menunggak pajaknya, hal ini berpengaruh pada tidak terpenuhinya sasaran pajak reklame pada 2011. Pajak reklame pada tahun tersebut dari ditargetkan dapat mencapai angka Rp 126 miliar, namun realisasinya hanyalah pada angka Rp 89 miliar (Yudha, S. K. & Mardiani, 2012). Hal ini dinilai sebagai akibat dari timpangnya jumlah reklame yang terpasang dengan kesadaran pembayaran pajak reklame sehingga berdampak pada minimnya pajak pemasukan reklame kepada pemerintah. Selain hal tersebut,

penerimaan yang tidak mencapai target disebabkan adanya reklame yang tidak melengkapi perizinan sehingga berdampak pada bocornya Pendapatan Asli Daerah yang berasal dari sektor pajak daerah (Online, 2018).

Adanya reklame terpasang yang tidak berizin juga mengurangi pemasukan pajak reklame yang membuat Pendapatan Asli Daerah mengalami kerugian. Jumlah Pendapatan Asli Daerah pada 2013 menurun sejumlah 3 miliar rupiah dibandingkan tahun sebelumnya. Pelanggaran jumlah reklame setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada 2012, sejumlah 13.482 titik reklame telah diturunkan. Setahun selanjutnya, 2013, sebanyak 16.925 titik reklame telah ditertibkan. Target penertiban mencapai 19.989 titik reklame pada 2014. Apabila terjadi pelanggaran pendirian dan perizinan reklame maka akan merugikan pendapatan daerah (Gunawan, 2020).

Pajak daerah yang dapat menyokong peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya selain pajak reklame adalah pajak restoran. Padatnya penduduk di Kota Surabaya mengakibatkan banyak orang yang membuka usaha, salah satunya usaha makanan yang berdasarkan pada banyaknya destinasi mal, taman ataupun tatanan kota yang dapat dijadikan tempat berfoto. Oleh karena itu, Kota Surabaya berhasil menjadi satu dari sekian banyak tempat wisata yang didatangi oleh pengunjung yang berasal dari luar daerah Kota Surabaya (Rachman, 2020).

Faktanya, pada 2016, restoran-restoran dan tempat-tempat makan di Kota Surabaya semakin bertambah banyak. Menurut Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) Kota Surabaya, peningkatan drastis pembangunan sentra kuliner tersebut dibidik mampu meningkatkan sasaran Pendapatan Asli Daerah yang berasal dari sektor restoran. DPPK Kota Surabaya pun memiliki target pendapatan sebesar Rp287 miliar yang ditilik dari pajak restoran-restoran tersebut. Target tersebut dinilai sangat logis dan realistis sebagai akibat dari jumlah restoran yang ada dan terus bertambah serta perolehan pajak restoran sebesar Rp260 miliar pada 2015 silam.

Saat ini, sebanyak 1.712 restoran di Kota Surabaya telah berdiri dan ditetapkan sebagai restoran wajib pajak. Dengan fakta bahwa jumlah restoran yang semakin hari semakin bertambah serta pembelian produk-produk makanan dan minuman yang terus meningkat drastis, hal ini mampu menunjukkan bahwa perilaku konsumsi serta daya beli masyarakat Kota Surabaya juga naik. Oleh karena itu, sebuah tim khusus yang dibentuk dengan tujuan untuk memantau kondisi ini dikerahkan dengan harapan potensi pendapatan daerah yang berasal dari pajak restoran akan lebih maksimal dan optimal. Selain itu, tim khusus tersebut juga bertanggung jawab pada pendataan restoran-restoran baru untuk kemudian dimasukkan dalam restoran wajib pajak (Lestari, 2016).

Sebagai upaya pengoptimalan Pendapatan Asli Daerah, Pemkot Surabaya meningkatkan target pendapatan pada sektor pajak tahun 2018 hingga 300 miliar rupiah dari target tahun 2017. Hal ini didasarkan pada potensi sektor pertumbuhan usaha properti dan restoran yang sangat besar. Menurut Yusron Sumartono yang menjabat sebagai Kepala Dinas Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota

Surabaya, target Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya pada 2017 adalah senilai Rp3,265 triliun, sedangkan pada 2018, hal tersebut ditingkatkan hingga Rp3,5 triliun. Target tahun 2017 telah tercapai pada angka lebih dari 100%. Oleh karena itu, pemerintah berani menaikkan target yang ada.

Sebagai kota wisata perkotaan, banyak restoran dan rumah makan yang tumbuh di Surabaya. Hal ini tentunya membuat penerimaan pajak restoran di Surabaya bisa meningkat. Selain itu, mal masih terus tumbuh, sama halnya dengan ruko. Apabila ada mal dan ruko, maka ada restoran di dalamnya. Hal ini tentu menjadi sebuah potensi yang sangat besar bagi Kota Surabaya yang mengandalkan serta memercayakan pendapatan asli daerahnya dari pajak. Terlebih lagi, mulai tengah tahun 2018, sistem pajak restoran juga akan menggunakan sistem pajak *online* (Zahro, 2017).

Menurut “teori *Stewardship*” dalam (Hafiz, 2021) yang mengasumsikan tentang hubungan (relasi) yang kuat antara kepuasan dengan kesuksesan organisasi. Pemerintah selaku *steward* berupaya setinggi-tingginya dan secara maksimal demi memenuhi tujuan organisasi, yakni mensejahterakan rakyat selaku *principal*. Dalam hal ini, Pendapatan Asli Daerah merupakan sasaran hasil sedangkan pemerintah merupakan sebuah organisasi. Oleh karena itu, dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah, sumber yang harus dioptimalkan adalah sumber yang berasal dari pajak daerah. Semakin tinggi pendapatan pajak daerah, maka bisa dipastikan Pendapatan Asli Daerah dalam struktur keuangan daerah juga semakin besar. Dengan demikian, pengelolaan pajak reklame serta pajak restoran harus diurus serta diawasi dengan baik karena akan berpengaruh besar terhadap penerimaan pajak daerah serta Pendapatan Asli Daerah.

Studi oleh Rinawati (Rinawati, 2013) terkait pengaruhnya pajak reklame periode 2007-2011 menjelaskan bahwa pajak reklame tidak memengaruhi pendapatan asli Kota Surabaya. Studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Muslim, 2017) juga menjelaskan bahwa pajak reklame tidak berpengaruh pada pendapatan asli daerah Kabupaten Sleman. Selain itu, pada studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Fikri, Z., & Mardani, 2017), hasil pembahasan juga menjelaskan bahwa pajak restoran mempunyai dampak positif, yang artinya setiap bertambahnya variabel pajak restoran akan berdampak pada meningkatnya pendapatan daerah tersebut. Dari pernyataan-pernyataan yang telah disebutkan, peneliti bermaksud untuk mengidentifikasi pengaruh pajak reklame serta pajak restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya dalam kurun waktu 2011 hingga 2018.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memakai metode deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk mendapatkan bukti korelasi antar variabel maupun pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan metode tersebut, peneliti memperoleh hipotesis untuk diuji kebenarannya pada penelitian kuantitatif yang memakai data sekunder periode 2011-2018 dari literasi beberapa jurnal yang berhubungan dengan penelitian dan BPKPD Kota Surabaya.

Data yang telah diambil kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan nilai taraf nyata sebesar 0,05 serta menggunakan alat bantu aplikasi SPSS 25. Untuk mengetahui hasil penelitian, dibutuhkan pengujian berupa uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, autokorelasi, t parsial, f simultan, serta koefisien determinasi. Model penelitian yang digunakan kemudian disusun sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Pendapatan Asli Daerah  
 $\alpha$  : Konstanta  
 $\beta_1$  : Koefisien Pajak Reklame  
 $X_1$  : Variabel Pajak Reklame  
 $\beta_2$  : Koefisien Pajak Restoran  
 $X_2$  : Variabel Pajak Restoran  
 $e$  : *error term*

### Hipotesis penelitian

$H_{01}$  : Variabel Pajak Reklame tidak memengaruhi Pendapatan Asli Daerah  
 $H_{a1}$  : Variabel Pajak Reklame memengaruhi Pendapatan Asli Daerah  
 $H_{02}$  : Variabel Pajak Restoran tidak memengaruhi Pendapatan Asli Daerah  
 $H_{a2}$  : Variabel Pajak Restoran memengaruhi Pendapatan Asli Daerah

### Interpolasi

Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan interpolasi. Pengujian data *time series* minimal memiliki periode penelitian sebanyak 30 data. Oleh karena itu, diperlukan metode interpolasi data yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_{t1} = 1/4 \{ Y_t - 4,5/12(Y_t - Y_{t-1}) \}$$

$$Y_{t2} = 1/4 \{ Y_t - 1,5/12(Y_t - Y_{t-1}) \}$$

$$Y_{t3} = 1/4 \{ Y_t + 1,5/12(Y_t - Y_{t-1}) \}$$

$$Y_{t4} = 1/4 \{ Y_t + 4,5/12(Y_t - Y_{t-1}) \}$$

Keterangan :

$Y_{t1}, Y_{t2}, Y_{t3}, Y_{t4}$  = data (kuartal atau triwulan) 1,2,3,4 pada tahun t

$Y_t$  = pada tahun t

$Y_{t-1}$  = data pada tahun t-1 (tahun sebelumnya)

Agar memudahkan fokus penelitian, peneliti menggunakan definisi operasional dengan beberapa indikator di bawah ini:

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Keterangan
Pajak Reklame	Jumlah Pendapatan Pajak Reklame tahun 2011-2018	Data dalam bentuk Miliar (Rp)	Data berupa kuartalan hasil dari proses interpolasi
Pajak Restoran	Jumlah Pendapatan Pajak Restoran tahun 2011-2018	Data dalam bentuk Miliar (Rp)	Data berupa kuartalan hasil dari proses interpolasi
Pendapatan Asli Daerah	Jumlah Pendapatan Asli Daerah tahun 2011-2018	Data dalam bentuk (Rp)	Data berupa kuartalan hasil dari proses interpolasi

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Normalitas

Didapati angka signifikansi sebesar  $0.180 > 0,05$ . Menurut Ghozali (2018), jika nilai signifikansi uji Kolmogorov-smirnov dengan  $sign > 0.05$  berarti terdistribusi normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Uji Park menunjukkan hasil penelitian pada nilai signifikansi  $X_1$  sejumlah 0,363 dan  $X_2$  sejumlah 0,147. Menunjukkan signifikansi dari Pajak Reklame dan Pajak Restoran mampu lebih dari 0,05. Berarti bebas dari heteroskedastisitas.

### Uji Multikolinearitas

Hasil Collinearity Tolerance sebesar  $0,131 > 0,100$  dan nilai Statistics VIF sebesar  $7,609 < 10$ . Maka bisa disimpulkan bahwa hasil regresi tidak mengalami multikolinieritas.

### Uji Autokorelasi

Metode yang digunakan pada pengujian ini yaitu Durbin Watson. Hasil pada pengolahan data menunjukkan nilai DW sebesar 2,074, DU sebesar 1,5736 dan 4-DU sebanyak 2,4264. Menjelaskan  $1,5736 < 2,074 < 2,4264$ . Artinya tidak mengalami autokorelasi

### Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (T)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.509E+11	7.100E+11		-.494	.625
	pajak reklame	7.465	8.352	.086	.894	.379
	pajak restoran	10.896	1.161	.902	9.384	.000

a. Dependent Variable: PAD

Sumber : SPSS 25 & diolah penulis

Berdasarkan hasil SPSS menjelaskan dalam uji t parsial pajak reklame tidak terdapat pengaruh. Dijelaskan signifikansi sebesar  $0,379 > 0,05$  menghasilkan  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak dapat diartikan jika tidak adanya dampak signifikan pajak reklame pada Pendapatan daerah.

Signifikansi sejumlah  $0,000 < 0,05$  menghasilkan  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, pajak restoran memengaruhi pada variabel Pendapatan daerah.

### Uji Simultan (F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.343E+25	2	2.172E+25	397.544	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1.584E+24	29	5.462E+22		
	Total	4.502E+25	31			

a. Dependent Variable: PAD

b. Predictors: (Constant), pajak restoran, pajak reklame

Sumber : SPSS 25 & diolah penulis

Dari hasil pengujian variabel bebas (X) memiliki F-hitung 397,544 serta sig 0.000 dan F-tabel sejumlah 3,32. Dapat disimpulkan bahwa F-hitung  $>$  F-tabel, menjelaskan variabel independen (X) terdapat pengaruh pada variabel dependen (Y).

### Koefisien Determinasi

Bersumber dari olah data, diperoleh nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,965 atau 96,5 %. Artinya secara bersama Variabel X1 dan X2 memengaruhi Variabel Y 96,5%. Disisi lain 3,5 % dari variabel bebas lain.

### Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah

Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi pajak reklame adalah  $0.379 > 0.05$ . Dari nilai ini, dapat dinyatakan bahwa pajak reklame tidak memberikan pengaruh secara signifikan pada Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. Penelitian

ini didukung oleh (Muslim, 2017) yang menjelaskan bahwa pajak reklame tidak mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Sleman.

Tidak berpengaruhnya pajak reklame akibat adanya penunggak pajak reklame di antaranya reklame megatron dan adanya reklame yang tidak melengkapi perizinan di wilayah yang akan dipasang reklame. Karena faktor itulah penerimaan dari pajak reklame cenderung mengalami kenaikan dan penurunan pendapatan sehingga penerimaan pajak reklame tidak memenuhi target dan realisasi pajak reklame Kota Surabaya.

Penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rinawati, 2013). Di dalam penelitian tersebut, dinyatakan bahwa pajak reklame tidak berpengaruh karena beban pajak reklame jumlahnya tidak sedikit. Selain itu, beban pajak reklame mengalami kenaikan seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini memunculkan permasalahan lain seperti tidak dibayarnya pajak reklame karena pemungutan sewa sulit dilakukan dan perizinan sudah melewati tenggat waktu, namun reklame masih berdiri. Selanjutnya, permasalahan yang timbul adalah kurangnya kesadaran untuk membayar pajak oleh pemasang reklame sehingga target penerimaan pajak tidak terpenuhi.

Penelitian oleh Rizal (2019) mendukung pernyataan ini dimana dijelaskan bahwa selain hal tersebut faktor yang memengaruhi minimnya penerimaan pajak reklame karena pelaku ekonomi lebih memilih melakukan pemasaran produknya melalui sosial media yang tidak memerlukan persyaratan dan proses yang sulit daripada memasang reklame. Proses pemasangan reklame dianggap rumit dan memiliki proses yang panjang sehingga untuk memasang reklame butuh mengeluarkan biaya yang besar. Selain itu, biaya sewa reklame besar yang membutuhkan konstruksi khusus dapat mencapai milyaran rupiah.

### **Pengaruh Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah**

Menurut hasil penelitian, nilai signifikansi pajak restoran adalah  $0.000 > 0.05$ . Dengan ini, dapat dinyatakan bahwa pajak restoran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. Sama halnya dengan penelitian oleh (Sukmawati, M., & Ishak, 2019), pajak restoran di Kota Bandung tahun 2014 – 2018 selalu melebihi target karena upaya BPPD Kota Bandung salah satunya dengan meningkatkan pelayanan pajak daerah melalui program secara elektronik.

Berpengaruhnya pajak restoran disebabkan beberapa faktor. Dengan berkembangnya usaha makanan dan kafe, jumlah konsumen yang dijumpai di kafe dan restoran mal, serta rumah makan membuat realisasi penerimaan pajak restoran mengalami peningkatan pendapatan. Oleh karena itu, kenaikan yang cukup signifikan terjadi pada penerimaan pajak restoran. Hal ini dapat dibuktikan dengan berita online yang dipublikasikan oleh JawaPos.com. Berita tersebut menyampaikan pendapat Yusron Sumartono selaku Kepala Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya bahwa pada umumnya, warung atau kafe yang tergolong restoran selalu ada pada pembangunan gedung perkantoran, mal, hotel, maupun ruko. Hal ini menyebabkan pajak restoran lebih beprospek



(Tenola, 2018). Selain faktor yang telah disebutkan, salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan meningkatkan layanan secara *online* untuk mempermudah proses pelaporan dan pembayaran pajak. Metode pelaporan dan pembayaran pajak yang mudah dapat membuat banyak pengusaha restoran yang melakukan kewajibannya dalam membayar pajak (Tenola, 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak restoran berpengaruh positif terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh (Fikri, Z., & Mardani, 2017), (Hasanah, 2019), (Lisa, 2020) juga memberikan hal yang serupa dimana dinyatakan bahwa pajak restoran berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah. Artinya, apabila pajak restoran meningkat, maka juga akan berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

Menurut teori *Stewardship* dalam (Hafiz, 2021), dijelaskan bahwa agar dapat memenuhi tujuannya, pemerintah akan berupaya secara maksimal untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Apabila tujuan berhasil terpenuhi, kinerja pemerintah diharapkan dapat membuat rakyat selaku pemilik merasa puas. Pajak restoran adalah salah satu penerimaan daerah dan kontributor besar bagi pajak daerah yang juga memberikan dampak terhadap Pendapatan Asli Daerah. Oleh sebab itu, penting bagi pemerintah untuk dapat mengelola pajak restoran dengan baik. Penerimaan pajak restoran yang tinggi akan berdampak pula pada tingginya penerimaan pajak daerah sehingga berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menggunakan pajak reklame dan pajak restoran sebagai variabel independen. Selanjutnya, Pendapatan Asli Daerah pada Kota Surabaya periode tahun 2011-2018 digunakan sebagai variabel dependen pada penelitian ini. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pajak reklame tidak memberikan pengaruh yang signifikan kepada Pendapatan Daerah. Namun berbeda halnya dengan pajak reklame, variabel pajak restoran memberikan pengaruh yang signifikan pada Pendapatan Asli Daerah di Kota Surabaya. Kondisi ini disebabkan karena kurangnya kesadaran wajib pajak reklame sehingga masih didapati pajak reklame yang menunggak. Sebaliknya, wajib pajak restoran memiliki kesadaran yang lebih tinggi akan pentingnya patuh dalam melakukan pembayaran pajak dibandingkan dengan wajib pajak reklame.

Oleh karenanya diperlukan adanya pengawasan agar reklame yang telah habis masa pajaknya segera dicopot serta mengadakan sosialisasi mengenai prosedur dalam penyelenggaraan dan pembayaran pajak reklame agar tidak terjadi pajak yang menunggak dan adanya reklame ilegal di kemudian hari. Pada penelitian berikutnya diharapkan adanya data yang lebih banyak supaya hasil penelitiannya mendapatkan informasi lebih akurat dan efisien, serta hasil yang valid.

## **REFERENSI**

BPKPD Surabaya. (2019). *Data Pendapatan Pajak Daerah Tahun 2011 s/d 2018*. Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pajak Daerah Kota Surabaya.

- Farida, F. K. (2018). *Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di BPKPD Surabaya* [Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS Surabaya]. <http://eprints.perbanas.ac.id/4092/>
- Fikri, Z., & Mardani, R. M. (2017). Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Restoran, Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Batu (Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan Kota Batu Tahun 2012-2016). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 6(1). <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/421>
- Fitriyani, E., Hendri, N., Ali, K. (2021). Analisis Laju Pertumbuhan, Efektivitas, Kontribusi Pajak Hotel dan Pajak Restoran Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Fidusia*, 4(1). <http://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JPK/article/view/599>
- Gunawan, A. M. (2020). Studi Deskriptif Tentang Efektifitas Pengawasan Perizinan Reklame Di Kota Surabaya. *Juima*, 10(1), 74–80.
- Hafiz, M. (2021). *Pengaruh Penghasilan Pajak Hotel dan Pajak Restoran Terhadap Penerimaan Pajak di Daerah Sumenep*.
- Hasanah, R. (2019). *Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Pesawaran Perspektif Ekonomi Islam Periode*. <http://repository.radenintan.ac.id/8269/1/SKRIPSI.pdf>
- Lestari, S. H. (2016). *Jumlah Restoran di Kota Surabaya Tambah Banyak, DKKP Target Penerimaan Pajak Rp 287 M*. Surya.Co.Id. <https://surabaya.tribunnews.com/amp/2016/03/15/jumlah-restoran-di-kota-surabaya-tambah-banyak-dkkp-target-penerimaan-pajak-rp-287-m>
- Lisa, N. (2020). *Pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Banda Aceh*. <https://repository.unsri.ac.id/35015/>
- Muslim, I. (2017). *Pengaruh Pajak Reklame, Pajak Restoran, Retribusi Jasa Umum, Jumlah Penduduk, Dan Jumlah Industri Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2011-2015*. Universitas Islam Indonesia.
- Online, R. W. (2018). *Banyak Reklame Tak Berizin di Surabaya*. Warta Ekonomi. <https://amp.wartaekonomi.co.id/berita166572/banyak-reklame-tak-berizin-di-surabaya>
- Rachman, R. N. (2020). *Peramalan Pendapatan Asli Daerah Akibat Pengaruh Pajak Hiburan, Pajak Hotel dan Pajak Restoran di Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya Menggunakan VAR (Vector*

*Autoregressive)/VECM (Vector Error Correction Model)* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel]. [http://digilib.uinsby.ac.id/44461/3/Rais Noer Rachman\\_H72216065.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/44461/3/Rais%20Noer%20Rachman_H72216065.pdf)

- Rahmawati, E. (2014). *Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Guna Pertumbuhan Pembangunan Daerah Di Kota Surabaya*.
- Rinawati, R. (2013). Analisis Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. *Jurnal AKUNESA*, 1(2). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-akuntansi/article/view/757/541>
- Rizal, E. (2019). *Pengaruh Pajak Hiburan dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya Tahun 2015-2017* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsby.ac.id/32233/>
- Sukmawati, M., & Ishak, J. F. (2019). Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1). <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/1464>
- Tenola, D. (2018). *Target Pajak Naik Rp 500 Miliar, BPKPD Surabaya Bidik Restoran*. JawaPos.Com. <https://www.jawapos.com/jpg-today/27/12/2018/target-pajak-naik-rp-500-miliar-bpkpd-surabaya-bidik-restoran/?amp>
- Tenola, D. (2019). *Permudah Laporan Pajak Hotel dan Restoran Melalui Aplikasi Surabaya Tax*. JawaPos.Com. <https://www.jawapos.com/jpg-today/26/03/2019/permudah-laporan-pajak-hotel-dan-restoran-melalui-aplikasi-surabaya-tax/?amp>
- Yudha, S. K. & Mardiani, D. (2012). *Tak Bayar Pajak, Aset Pengusaha Reklame Bakal Disita*. REPUBLIKA.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/lz0qeh/tak-bayar-pajak-aset-pengusaha-reklame-bakal-disita>
- Zahro, F. (2017). *Pemkot Surabaya Target Pajak hingga Rp 300 Miliar pada 2018, ini Pertimbangannya*. Surya.Co.Id. <https://surabaya.tribunnews.com/2017/12/19/pemkot-surabaya-target-pajak-hingga-rp-300-miliar-pada-2018-ini-pertimbangannya>