

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Pengertian Pajak

Pengertian Pajak menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 Angka 1 menyatakan bahwa pajak ialah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang sifatnya memaksa dan berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak didaptkannya imbalan secara langsung dan digunakan demi keperluan negara untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Definisi pajak juga dikemukakan oleh Soemitro (1990) dalam IAI (2015:3) menyatakan bahwa pajak adalah iuran kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbale (kontraprestasi), yang langsung dapat ditunjukan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Pengertian pajak menurut Smeets (1951) dalam IAI (2015:3) menyebutkan bahwa pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan, tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan secara individual; maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran pemerintah.

Dilihat dari beberapa definisi pajak di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa pajak ialah iuran wajib untuk masyarakat yang diserahkan untuk Negara yang dalam pemungutannya dapat dipaksakan namun pengeluaran masyarakat untuk biaya pajak tersebut tidak dapat diharapkan jasa timbal balik secara langsung. Hal ini disebabkan karena pajak dijadikan sumber penerimaan utama dalam membiayai pengeluaran rutin pemerintah.

Ciri-ciri yang melekat pada pengertian pajak ialah pajak dipungut berdasarkan kekuatan Undang-Undang serta aturan pelaksanaannya, dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontrapretasi individual oleh pemerintah dengan kata lain semua individu jika ketetapanannya sama maka akan dikenakan pajak yang sama, pajak dipungut oleh negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dan pajak diperuntukkan bagi pengeluaran-pengeluaran pemerintah, yang bila mendapatkan surplus dari pemasukan maka akan digunakan untuk membiayai *public investment*. (Resmi, 2012:2).

Pajak memiliki unsur-unsur sebagai berikut (Mardiasmo, 2013:1)

- 1) Iuran dari rakyat kepada negara itu yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang (bukan barang).
- 2) Berdasarkan Undang-Undang yaitu pajak dipungut berdasarkan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

- 3) Tanpa jasa timbal balik atau kontrapretasi dari negara yang secara langsung dapat dirasakan. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontrapretasi individual oleh pemerintah.
- 4) Dengan digunakannya pajak untuk membiayai rumah tangga negara, yakni pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

2. Pajak Daerah

Definisi pajak daerah menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 1 Angka 10 bahwa Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut Pajak, adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Dasar Hukum pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah adalah Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pajak Daerah dibagi menjadi 2 bagian, yaitu sebagai berikut.

- 1) Pajak Provinsi, terdiri dari:
 - a. pajak kendaraan bermotor;
 - b. bea balik nama kendaraan bermotor;
 - c. pajak bahan bakar kendaraan bermotor;

- d. pajak air permukaan; dan
- e. pajak rokok.

2) Pajak Kabupaten/Kota, terdiri atas:

- | | |
|---|---|
| a. pajak hotel | h. pajak air tanah |
| b. pajak restoran | i. pajak sarang burung walet; |
| c. pajak hiburan | j. pajak bumi dan bangunan perdesaan dan perkotaan; dan |
| d. pajak reklame | k. bea perolehan hak atas tanah dan bangunan. |
| e. pajak penrangan jalan | |
| f. pajak mineral bukan logam dan batuan | |
| g. pajak parkir | |

Khusus untuk Daerah yang setingkat dengan daerah provinsi, tetapi tidak terbagi dalam daerah Kabupaten/kota otonom, seperti Daerah Khusus Ibu kota Jakarta, jenis Pajak yang dapat dipungut merupakan gabungan dari Pajak untuk daerah provinsi dan Pajak untuk daerah kabupaten/kota.

3. Pengertian Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Sistem desentralisasi, daerah berhak merencanakan, menggali, mengelola dan menggunakan keuangan daerah sesuai dengan kondisi daerah untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah-nya. Dengan demikian PAD menjadi salah satu cara untuk mengurangi ketergantungan suatu daerah kepada pusat. Pendapatan asli daerah adalah pendapatan yang diperoleh daerah dari penerimaan pajak daerah, retribusi daerah, laba

perusahaan daerah, dan lain-lain yang sah. Pada prinsipnya semakin besar Pendapatan Asli Daerah kepada APBD akan menunjukkan semakin kecil ketergantungan daerah kepada pusat. Sebab, di antara berbagai jenis penerimaan daerah yang menjadi sumber daya sepenuhnya dapat dikelola oleh daerah adalah dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Intinya, PAD harus ditetapkan secara proporsional sebagai salah satu komponen sumber penerimaan keuangan daerah di samping penerimaan lainnya berupa dana perimbangan, pinjaman daerah dan lain-lain penerimaan yang sah.

Pendapatan Asli Daerah berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah pasal 1 angka 18 menyebutkan bahwa Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

PAD bertujuan memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mendanai pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan potensi Daerah sebagai perwujudan Desentralisasi.

Pendapatan daerah adalah semua hak daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan bersih dalam periode anggaran tertentu, pendapatan daerah berasal dari penerimaan dari dana perimbangan pusat dan daerah, juga yang berasal daerah itu sendiri yaitu pendapatan asli daerah serta lain-lain pendapatan yang sah.

Berdasarkan Pasal 157 UU No. 32 Tahun 2004 disebutkan bahwa pendapatan asli daerah terdiri atas:

1. Hasil pajak daerah

Hasil pajak daerah yaitu Pungutan daerah menurut peraturan yang ditetapkan oleh daerah untuk pembiayaan rumah tangganya sebagai badan hukum publik

2. Hasil retribusi daerah

Hasil retribusi daerah yaitu pungutan yang telah secara sah menjadi pungutan daerah sebagai pembayaran pemakaian atau karena memperoleh jasa atau karena memperoleh jasa pekerjaan, usaha atau milik pemerintah daerah bersangkutan.

3. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan

Hasil perusahaan milik daerah merupakan pendapatan daerah dari keuntungan bersih perusahaan daerah yang berupa dana pembangunan daerah dan bagian untuk anggaran belanja daerah yang disetor ke kas daerah, baik perusahaan daerah yang dipisahkan, sesuai dengan motif pendirian dan pengelolaan, maka sifat perusahaan daerah adalah suatu kesatuan produksi yang bersifat menambah pendapatan daerah, memberi jasa, menyelenggarakan kemanfaatan umum, dan memperkembangkan perekonomian daerah.

4. Lain-lain PAD yang sah

Lain-lain pendapatan daerah yang sah ialah pendapatan-pendapatan yang tidak termasuk dalam jenis-jenis pajak daerah, retribusi daerah, pendapatan dinas-dinas.

Jenis pajak daerah dan retribusi daerah dirinci menurut objek pendapatan sesuai dengan undang-undang tentang pajak daerah dan retribusi daerah. Jenis hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dirinci menurut objek pendapatan yang mencakup bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah/ BUMD, bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik pemerintah/ BUMN, dan bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik swasta atau kelompok usaha masyarakat.

Jenis lain-lain PAD yang sah disediakan untuk menganggarkan penerimaan daerah dirinci menurut objek pendapatan yang mencakup hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, penerimaan atas tuntutan ganti kerugian daerah, penerimaan komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah, penerimaan keuntungan dari selisih nilai tukar Rupiah terhadap mata uang asing, pendapatan denda atas keterlambatan pelaksanaan pekerjaan, pendapatan denda pajak, pendapatan denda retribusi. Pendapatan hasil eksekusi atau jaminan, pendapatan dari penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan, pendapatan dari angsuran/cicilan penjualan.

Menurut Halim (2004:67), PAD dipisahkan menjadi empat jenis pendapatan, yaitu: pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, dan hasil pengelolaan kekayaan milik daerah yang dipisahkan, lain-lain PAD yang sah. Klasifikasi PAD yang dinyatakan oleh Halim

(2004:67) adalah sesuai dengan klasifikasi PAD berdasarkan Kepmendagri Nomor 29 Tahun 2002.

Upaya yang perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah melalui optimalisasi intensifikasi pemungutan pajak daerah, antara lain dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

a. Memperluas basis penerimaan.

Tindakan untuk memperluas basis penerimaan yang dapat dipungut oleh daerah yang dalam perhitungan ekonomi dianggap potensial, antara lain mengidentifikasi pembayar pajak baru/potensial dan jumlah pembayar pajak, memperbaiki basis data objek, memperbaiki penilaian, menghitung kapasitas penerimaan dari setiap jenis pungutan;

b. Memperkuat proses pemungutan.

Upaya yang dilakukan dalam memperkuat proses pemungutan antara lain mempercepat penyusunan Perda, mengubah tarif, khususnya tarif retribusi dan peningkatan SDM;

c. Meningkatkan pengawasan

Hal ini dapat ditingkatkan yaitu antara lain dengan melakukan pemeriksaan secara dadakan dan berkala, memperbaiki proses pengawasan, menerapkan sanksi terhadap penunggak pajak dan sanksi terhadap pihak fiskus, serta meningkatkan pembayaran pajak dan pelayanan yang diberikan oleh daerah.

d. Meningkatkan efisiensi administrasi dan menekan biaya pemungutan.

Tindakan yang dilakukan daerah antara lain memperbaiki prosedur administrasi pajak melalui penyederhanaan administrasi pajak, meningkatkan efisiensi pemungutan dari setiap jenis pemungutan.

e. Meningkatkan kapasitas penerimaan melalui perencanaan yang lebih baik.

Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait di daerah. Selanjutnya, ekstensifikasi perpajakan juga dapat dilakukan, yaitu melalui kebijaksanaan Pemerintah untuk memberikan wewenang perpajakan yang lebih besar kepada daerah pada masa mendatang.

4. Pajak Reklame

1) Pengertian Pajak Reklame

Sesuai dengan Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan definisi reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial 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. Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten / kota yang ada di Indonesia (Siahaan, 2010:381).

Pemungutan pajak reklame juga harus mengikuti peraturan dan undang–undang yang berlaku. Menurut Undang – Undang No.28 Tahun

2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah ditetapkan tarif pajak reklame sebesar 25%.

2) Objek Pajak Reklame

Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek Pajak Reklame adalah sebagaimana disebut dibawah ini menurut Peraturan Gubernur Provinsi DKI Nomor 27 Tahun 2014 Pasal 1.

a. Reklame Papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya

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. Sedangkan untuk videotron dan megatron merupakan reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa proram reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah–ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.

b. Reklame kain

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.

c. Reklame melekat (stiker)

Reklame yang terbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm² per lembar.

d. Reklame selebaran

Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak

ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.

e. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan

Reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

f. Reklame udara

Reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.

g. Reklame apung

Reklame yang diselenggarakan dengan cara terapung dipermukaan air.

h. Reklame suara

Reklame yang diselenggarakan dengan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.

i. Reklame film atau slide

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 yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

3) Bukan Objek Pajak Reklame

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 47 yaitu beberapa pengecualian yang tidak termasuk sebagai objek Pajak Reklame, terdiri atas:

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
- b. Label atau merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai ketentuan yang mengatur nama pengenal atau profesi tersebut.
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah.
- e. Penyelenggaraan reklame lainnya yang ditetapkan dengan peraturan daerah, misalnya penyelenggaraan reklame yang diadakan khusus untuk kegiatan sosial, pendidikan, keagamaan, dan politik tanpa sponsor.

Subjek Pajak Reklame yaitu Orang Pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemasangan reklame. Wajib Pajak Reklame (WP) Orang pribadi, badan atau pihak ketiga/agen reklame yang menyelenggarakan reklame.

4) Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Nilai Sewa Reklame (NSR) adalah dasar pengenaan pajak yang digunakan sebagai salah satu faktor dalam penghitungan pajak reklame terutang (Pasal 1 angka 27 Pergub 27/2014). Sedangkan Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame (Pasal 1 angka 8 Pergub 27/2014).

Mengenai NSR dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, NSR tersebut terdiri atas NSR untuk penyelenggaraan reklame non produk dan produk (Pasal 6 ayat (2) Pergub 27/2014). Menurut peraturan Gubernur Nomor 27 Tahun 2014 Pasal 1 angka 10 dan 11 maka yang dimaksud Reklame Non Produk adalah reklame yang memuat semata-mata nama badan/perusahaan/usaha atau nama profesi, termasuk logo/symbol atau identitas badan/perusahaan/usaha yang dapat dilihat, dibaca oleh umum. Sedangkan Reklame Produk adalah reklame yang memuat produk suatu barang atau jasa sebagai sarana promosi.

Adapun tarif reklame yang diselenggarakan sendiri, tergantung pada jenis reklame yang digunakan, lokasi penempatan (lokasi peletakan reklame menurut kelas jalan), ukuran luas bidang reklame, jangka waktu penyelenggaraan, ketinggian reklame.

Hasil perhitungan NSR menurut Pasal 6, Pasal 7, dan Pasal 8 Pergub 27/2014 untuk reklame non produk dan produk adalah:

Tabel II.1
NSR Non Produk

HASIL PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME (NSR) NON PRODUK

No	Lokasi Penempatan	Uk. Luas Bid. Reklame	Jk. Waktu Penyelenggaraan	Ketinggian Reklame	NSR (Rp)
1	Protokol A	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	25.000
2	Protokol B	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	20.000
3	Protokol C	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	15.000
4	Ekonomi Kelas I	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	10.000
5	Ekonomi Kelas II	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	5.000
6	Ekonomi Kelas III	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	3.000
7	Lingkungan	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	2.000

Sumber: Peraturan Gubernur Nomor 27 Tahun 2014

Hasil perhitungan NSR untuk reklame produk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pergub 27/2014, untuk penyelenggaraan reklame jenis reklame Papan/Billboard dan Kain, ditetapkan sebagai berikut:

Tabel II.2
NSR Produk

HASIL PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME (NSR) PRODUK

No	Lokasi Penempatan	Uk. Luas Bid. Reklame	Jk. Waktu Penyelenggaraan	Ketinggian Reklame	NSR (Rp)
1	Protokol A	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	125.000
2	Protokol B	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	100.000
3	Protokol C	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	75.000
4	Ekonomi Kelas I	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	50.000
5	Ekonomi Kelas II	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	25.000
6	Ekonomi Kelas III	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	15.000
7	Lingkungan	1 M ²	1 Hari	s.d 15 M	10.000

Sumber: Peraturan Gubernur Nomor 27 Tahun 2014

Hasil perhitungan NSR untuk reklame *Light Emitting Diode* (LED) dan sejenisnya produk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pergub 27/2014, ditetapkan sebagai berikut:

Tabel II.2

NSR LED

HASIL PERHITUNGAN NSR

No.	Lokasi Penempatan/ Ukuran	NSR							
		NSR BERDASARKAN DURASI 30 DETIK/TAYANG/HARI PADA MASING2 PENGELOMPOKKAN CLUSTER UK. BIDANG REKLAME/LAYAR							
		s.d 8m ²	di atas 8 s.d 16m ²	di atas 16 s.d 24m ²	di atas 24 s.d 32m ²	di atas 32 s.d 50m ²	di atas 50 s.d 100m ²	di atas 100m ²	Durasi/ Tayang
1	Protokol A	10.000	12.500	15.000	17.500	20.000	22.500	25.000	30 detik
2	Protokol B	8.000	10.000	12.000	14.000	16.000	18.000	20.000	30 detik
3	Protokol C	6.000	7.500	9.000	10.500	12.000	13.500	15.000	30 detik
4	Ekonomi Kelas I	4.000	5.000	6.000	7.000	8.000	9.000	10.000	30 detik
5	Ekonomi Kelas II	2.000	2.500	3.000	3.500	4.000	4.500	5.000	30 detik
6	Ekonomi Kelas III	1.500	1.750	2.000	2.250	2.500	2.750	3.000	30 detik
7	Lingkungan	800	1.000	1.200	1.400	1.600	1.800	2.000	30 detik

Sumber: Peraturan Gubernur Nomor 27 Tahun 2014

Hasil perhitungan NSR untuk jenis reklame lainnya ditetapkan sebagai berikut (Pergub 27/2014):

a. Reklame Melekat (stiker):

Rp 10.000,00/cm² sekurang-kurangnya Rp 1.000.000 setiap kali penyelenggaraan.

b. Reklame Selebaran:

Rp 10.000,00/lembar sekurang-kurangnya Rp 10.000.000 setiap kali penyelenggaraan.

c. Reklame Berjalan/Kendaraan:

Rp 50.000,00/m²/hari

d. Reklame Udara:

Rp 5.000.000,00 untuk paling lama 1 bulan penayangan.

e. Reklame Apung:

Rp 2.000.000,00 untuk paling lama 1 bulan penayangan.

- f. Reklame Suara:
Rp 5.000,00/30 detik (bagian waktu yang kurang dari 30 detik, dihitung menjadi 30 detik).
- g. Reklame Film/Slide pada bioskop dan tempat lainnya:
Rp 10.000,00/30 detik (bagian waktu yang kurang dari 30 detik, dihitung menjadi 30 detik).
- h. Reklame Peragaan:
Rp 1.000.000 per setiap penyelenggaraan.

Tarif kelas jalan di kawasan DKI Jakarta tertera di Peraturan Gubernur Provinsi DKI No. 261 Tahun 2015 tentang Penetapan Nama Jalan Pada Masing-Masing Kelas Jalan Sebagai Dasar Penghitungan Pajak Reklame.

$NSR = \text{Luas Reklame} \times \text{Jk. Waktu} \times \text{Jumlah Reklame} \times \text{Kelas Jalan} \times \text{Tarif}$

Tarif Indoor: 12,5% (Pergub 27/2014 Pasal 8)

Tarif Outdoor: 25%

5. Pajak Restoran

1) Pengertian Pajak Restoran

Menurut Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Restoran menyatakan bahwa restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/catering dan pajak restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran.

Pengenaan pajak restoran tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten atau kota untuk

mengenakan atau tidaknya suatu jenis pajak kabupaten/kota. Maka, untuk dapat memungut pajak tersebut pada suatu daerah atau kabupaten/kota, pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan peraturan daerah tentang pajak restoran yang akan menjadi landasan hukum operasional di daerah kabupaten/kota yang bersangkutan.

2) Objek dan Subjek Pajak Restoran

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Restoran. Maka yang menjadi objek pajak restoran adalah pelayanan yang disediakan oleh restoran. Pelayanan tersebut meliputi penjualan makanan dan/atau minuman yang dikonsumsi oleh pembeli, baik dikonsumsi ditempat pelayanan maupun ditempat lain. Termasuk dalam objek pajak restoran adalah rumah makan, café, bar dan sejenisnya. Serta yang tidak termasuk objek Pajak Restoran adalah pelayanan yang disediakan restoran atau rumah makan yang pengelolaannya satu manajemen dengan hotel dan pelayanann yang disediakan oleh restoran yang nilai penjualannya (peredaran usaha) tidak melebihi Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) per tahun.

Subjek Pajak Restoran adalah orang pribadi atau badan yang membeli makanan dan/ atau minuman dari restoran. Sedangkan Wajib Pajak Restoran adalah orang pribadi atau Badan yang mengusahakan Restoran (UU 28/2009 Pasal 38). Dengan demikian, subjek pajak dan wajib pajak pada pajak restoran tidaklah sama. Konsumen yang menikmati pelayanan restoran merupakan subjek pajak yang membayar (menanggung) pajak

sedangkan pengusaha restoran berperan sebagai wajib pajak yang diberi kewenangan untuk memungut pajak dari konsumennya.

3) Dasar Pengenaan Pajak Restoran

Dasar pengenaan Pajak Restoran adalah jumlah pembayaran yang diterima atau yang seharusnya diterima Restoran. Tarif Pajak Restoran ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen). Tarif Pajak Restoran ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Besaran pokok Pajak Restoran yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif sebagaimana dimaksud dengan dasar pengenaan pajak. Pajak Restoran yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat Restoran berlokasi (UU 28/2009 Pasal 39 sampai 41).

Maka secara umum perhitungan pajak restoran adalah:

$$\begin{aligned} \text{Pajak terutang} &= \text{tarif pajak} \times \text{dasar pengenaan pajak} \\ &= \text{tarif pajak} \times \text{jumlah pembayaran yang dilakukan kepada} \\ &\quad \text{restoran} \end{aligned}$$

6. Pajak Parkir

1) Pengertian Pajak Parkir

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 dan Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 16 Tahun 2010 parkir adalah keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang tidak bersifat sementara. Sedangkan Pajak Parkir adalah pajak atas penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor.

2) Objek dan Subjek Pajak Parkir

Objek Pajak Parkir adalah penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan kendaraan bermotor. Ada juga Objek pajak parkir yang dikecualikan untuk:

- a. Penyelenggaraan tempat parkir oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah;
- b. penyelenggaraan tempat parkir oleh perkantoran yang hanya digunakan untuk karyawannya sendiri;
- c. penyelenggaraan tempat parkir oleh kedutaan, konsulat, dan perwakilan negara asing dengan asas timbal balik;
- d. penyelenggaraan penitipan kendaraan bermotor dengan kapasitas sampai dengan 10 (sepuluh) kendaraan roda 4 (empat) atau lebih dan kapasitas sampai dengan 20 (dua puluh) kendaraan roda 2 (dua);
- e. penyelenggaraan tempat parkir yang semata-mata digunakan untuk usaha memperdagangkan kendaraan bermotor.

Subjek Pajak Parkir adalah orang pribadi atau badan yang melakukan parkir kendaraan bermotor. Sedangkan Wajib Pajak Parkir adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan tempat parkir. (Perda DKI 16/2010).

3) Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Parkir

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 dan Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 16 Tahun 2010 dasar pengenaan

Pajak Parkir adalah jumlah pembayaran atau yang seharusnya dibayar kepada penyelenggara tempat Parkir. Jumlah yang seharusnya dibayar termasuk potongan harga Parkir dan Parkir cuma-cuma yang diberikan kepada penerima jasa Parkir.

Tarif Pajak Parkir ditetapkan sebesar 20% (dua puluh persen). Berdasarkan pokok Pajak Parkir yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak yaitu 20% dengan dasar pengenaan pajak yaitu jumlah pembayaran atau yang seharusnya dibayar kepada penyelenggara tempat parkir.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Pada penelitian ini, penulis menggunakan hasil penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan dan landasan dalam meneliti. Penggunaan penelitian terdahulu dimaksudkan untuk memperkuat hasil penelitian, karena penelitian terdahulu sudah teruji secara empiris.

Berikut adalah ringkasan dari hasil penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

Tabel II.4
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Judul/ Penulis/ Jurnal	Hipotesis	Metode Penelitian	Hasil
<p>Judul: Analisis Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya</p> <p>Penulis: Reny Rinawati</p> <p>Jurnal: Jurnal Akuntansi Unesa Vol 1, No 2 (2013)</p>	<p>H1: Pemungutan pajak reklame berpengaruh terhadap penerimaan pendapatan asli daerah.</p>	<p>Populasi: Pajak reklame dan PAD Kota Surabaya tahun 2007-2011.</p> <p>Sampel: Metode <i>purposive sampling</i>.</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data yang diperoleh langsung dari Dinas Pendapatan dan</p>	<p>H1: Tidak Diterima</p>

		<p>Pengelolaan Keuangan (DPPK) Kota Surabaya periode tahun 2007-2011.</p> <p>Operasional Variabel: Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah (PAD).</p> <p>Teknik Analisis: Analisis Regresi Sederhana.</p>	
<p>Judul: Pengaruh Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Restoran Dan Retribusi Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Badung Tahun 2010-2013</p> <p>Penulis: Ni Luh Putu Ari Prayanti, I Wayan Suwendra, Fridayana Yudiaatmaja</p> <p>Jurnal: e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen (Volume 2 Tahun 2014)</p>	<p>H1: Terdapat pengaruh pada penerimaan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah.</p> <p>H2: Terdapat pengaruh pada penerimaan pajak restoran terhadap pendapatan asli daerah.</p> <p>H3: Terdapat pengaruh pada retribusi daerah terhadap pendapatan asli daerah</p>	<p>Populasi: Pajak reklame dan PAD Kabupaten dan Kota di Provinsi Sumatera Selatan.</p> <p>Sampel: Metode <i>purposive sampling</i>.</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data realisasi penerimaan pajak reklame di Kabupaten Banyuasin tahun 2006-2010 yang didapat dari Dispenda Kabupaten Banyuasin.</p> <p>Operasional Variabel: Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah (PAD).</p> <p>Teknik Analisis: Regresi Linear Berganda</p>	<p>H1: Diterima</p> <p>H2: Diterima</p> <p>H3: Diterima</p> <p>H4: Diterima</p>
<p>Judul: Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Restoran Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Serang (Tahun Anggaran 2009-2013).</p> <p>Jurnal: JBBE, Vol.07, No.2, Sept. 2014.</p>	<p>H1: Pajak restoran berpengaruh terhadap PAD</p>	<p>Populasi: Data realisasi penerimaan pajak restoran Kabupaten Serang.</p> <p>Sampel: metode analisis deskriptif,</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data yang sudah ada atau data yang</p>	<p>H1: Tidak Diterima</p>

<p>Penulis: Nugrahini Kusumawati Siti Saroh</p>		<p>diperoleh secara tidak langsung yaitu melalui dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Serang (DIPENDA).</p> <p>Operasional Variabel: Pajak restoran dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).</p> <p>Teknik Analisis: Analisis Regresi Sederhana.</p>	
<p>Judul: Analisis Pengaruh Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Musi Banyuasin</p> <p>Penulis: Sunanto</p> <p>Jurnal: Jurnal ACSY Politeknik Sekayu Vol. II No.1 (Januari-Juni 2015), ISSN : 2407-2184</p>	<p>H1: Pajak daerah memiliki pengaruh terhadap PAD</p>	<p>Populasi: Data realisasi penerimaan pajak daerah Kabupaten Musi Banyuasin</p> <p>Sampel: metode analisis deskriptif,</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data yang sudah ada atau data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu melalui mediator antara dari DPPKAD Kabupaten Musi Banyuasin</p> <p>Operasional Variabel: Pajak Daerah dan PAD</p> <p>Teknik Analisis: Analisis Regresi Sederhana.</p>	<p>H1: Diterima</p>
<p>Judul: Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Kota Bandung</p> <p>Jurnal: Jurnal Akuntansi Vol.2 No.2 November 2013:181-201</p>	<p>H1: Pajak reklame berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah</p> <p>H2: Pajak restoran berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah</p>	<p>Populasi: Seluruh penerimaan pajak daerah Kota Bandung</p> <p>Sample: Metode analisis deskriptif</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data yang sudah ada atau data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu</p>	<p>H1: Tidak Diterima</p> <p>H2: Diterima</p>

<p>Penulis: Sri Watini Ita Salsalina Lingga</p>		<p>Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung.</p> <p>Operasional Variabel: Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).</p> <p>Teknik Analisis: Analisis Regresi Sederhana.</p>	
<p>Judul: Pengaruh Pajak Hotel Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surakarta</p> <p>Jurnal: Jurnal Paradigma Vol. 11, No. 02, Agustus 2013 – Januari 2014 - 41</p> <p>Penulis: Eka Arif Rustanto Siti Nurlaela Anita Wijayanti</p>	<p>H1: Pajak Hotel berpengaruh terhadap PAD</p> <p>H2: Pajak Restoran berpengaruh terhadap PAD</p>	<p>Populasi: data realisasi penerimaan pajak hotel, pajak restoran dan PAD Surakarta tahun 2009- 2012</p> <p>Sampel: metode analisis deskriptif,</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data yang sudah ada atau data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu melalui media perantara dari Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Sumatera Selatan dan data dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Palembang.</p> <p>Operasional Variabel: Pajak hotel, pajak restoran dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).</p> <p>Teknik Analisis: Analisis Regresi Linier Berganda.</p>	<p>H1: Diterima</p> <p>H2: Tidak Diterima</p>
<p>Judul: Analisis Hubungan Pajak Reklame Terhadap Pad dan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa Selatan</p>	<p>H1: Pajak reklame berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah</p>	<p>Populasi: Pajak Reklame & Restoran, Retribusi Daerah dan PAD Jawa Tengah tahun 2007-2012.</p> <p>Sampel: Metode analisis</p>	<p>H1: Tidak Diterima</p>

<p>Jurnal: Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 446-454</p> <p>Penulis: Ricky M. Tilaar</p>		<p>deskriptif</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data yang sudah ada atau data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dari Dinas Pengelola Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Minahasa Selatan.</p> <p>Operasional Variabel: Pajak Reklame dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).</p> <p>Teknik Analisis: Metode Analisis Korelasi.</p>	
<p>Judul: Pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Batu</p> <p>Jurnal: Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 2, No 3 (2014)</p> <p>Penulis: Erwinda Dwi Maya S</p>	<p>H1: Pajak hotel berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah</p> <p>H2: Pajak restoran berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah</p>	<p>Populasi: Pajak Hotel, Pajak Restoran, dan PAD Kota Batu 2003-2013</p> <p>Sampel: Metode analisis deskriptif</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data yang sudah ada atau data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dari Dinas Pengelola Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kota Batu.</p> <p>Operasional Variabel: Pajak hotel, pajak restoran dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).</p> <p>Teknik Analisis: Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>H1: Tidak Diterima</p> <p>H2: Tidak Diterima</p>

<p>Judul: Analisis Pengaruh Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Musi Banyuasin</p> <p>Jurnal: E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 (2013):574-585</p> <p>Penulis: Md. Krisna Arta Anggar Kusuma Ni Gst. Putu Wirawati</p>	<p>H1: Pajak daerah berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah</p>	<p>Populasi: Pajak Daerah dan PAD Kabupaten Banyuasin</p> <p>Sampel: Metode analisis deskriptif</p> <p>Data & Sumber Data: Data sekunder, yaitu data yang sudah ada atau data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dari Dinas Pengelola Keuangan Pendapatan dan Aset Daerah Kabupaten Banyuasin</p> <p>Operasional Variabel: Pajak Daerah</p> <p>Teknik Analisis: Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>H1: Diterima</p>
--	--	---	----------------------------

Sumber: Data diolah oleh penulis (2017)

C. Kerangka Teorik

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah Pajak Reklame, Pajak Restoran dan Pajak Parkir. Sedangkan untuk variabel dependen adalah Pendapatan Asli Daerah.

Pendapatan asli daerah sebagai variabel dependen sesuai definisinya mengandung pajak daerah dan yang termasuk didalamnya adalah variabel-variabel independen peneliti yaitu pajak reklame, pajak restoran dan pajak parkir. Pengaruh terhadap variabel independen terhadap variabel dependen peneliti tetap layak diuji karena selain variabel independen yang

dimasukkan dalam penelitian ini, masih ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi pendapatan asli daerah seperti pajak daerah yang lainnya, retribusi daerah, laba dari BUMD dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah.

1. Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah

Pajak Reklame sebagai variable independen pertama (X1) dikenakan atas penyelenggaraan sebuah reklame. Penyelenggaraan sebuah reklame dirancang untuk tujuan komersial yaitu 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. sifat pajak reklame sebagai pajak objektif yang dasar pengenaannya adalah nilai sewa reklame (NSR). NSR yang dipertimbangkan dengan memperhatikan lokasi penempatan, jenis reklame, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media reklame.

Pajak reklame dapat dijadikan salah satu komponen yang cukup potensial dalam menyumbang pendapatan asli daerah. Pendapatan asli daerah merupakan andalan daerah, bagi daerah perkotaan dengan denyut kegiatan ekonomi yang baik seperti DKI Jakarta, reklame merupakan sektor yang cukup penting dan potensial. Karena itu, sumbangan pajak reklame cukup besar terhadap pendapatan asli daerah DKI Jakarta. Untuk melaksanakan pembangunan, Pemda DKI Jakarta giat melaksanakan pemungutan pajak reklame yang kadang-kadang mengalami hambatan. Mekanisme pelaksanaan pemungutan pajak reklame ini sering mengalami hambatan, sehingga

peningkatan pajak reklame sulit diwujudkan. Padahal pajak reklame sangat berperan dalam pembangunan, karena itu jika ada hambatan dalam pemasukan dana pajak reklame tentu akan menghambat pembangunan daerah. Karena secara integral pembangunan daerah merupakan bagian dari pembangunan pemerintah pusat, maka terhambatnya pembangunan daerah DKI Jakarta juga merupakan hambatan bagi pembangunan negara. Makin giat denyut ekonomi disuatu daerah, makin besar pula kegiatan reklame di daerah itu, dan hal ini berarti potensial untuk pajak reklame. Untuk itu, berarti potensial pula untuk meningkatkan pendapatan asli daerah tersebut, yang pada gilirannya juga akan meningkatkan potensial untuk pembangunan daerah.

2. Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah

Pajak Restoran sebagai variable independen kedua (X2) adalah pajak atas pelayan restoran. Restoran yang dimaksud adalah tempat menyantap makanan dan atau minuman yang disediakan dengan dipungut bayaran, tidak termasuk usaha jasa boga dan catering. Sedangkan pengusaha restoran adalah orang pribadi atau badan dalam bentuk apapun yang dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaannya melakukan usaha di bidang rumah makan. Sama halnya dengan variable independen pertama (X1), pajak restoran termasuk kedalam pajak daerah yang pemungutannya dilakukan oleh pemerintahan kabupaten atau kota sehingga pemerintah kabupaten atau kota harus memiliki landasan hukum untuk memungutnya.

Tingginya penerimaan pajak restoran di DKI Jakarta dapat diartikan bahwa pertumbuhan sektor pariwisata di DKI Jakarta meningkat, karena

pengenaan pajak restoran tidak dikenakan oleh semua pebisnis restoran, melainkan hanya dikenakan kepada mereka yang sudah mampu mencapai penghasilan 200juta setahun. Sesuai dengan hubungannya, maka jika penerimaan pajak restoran naik atau turun maka hal yang sama juga terjadi pada penerimaan pendapatan asli daerah.

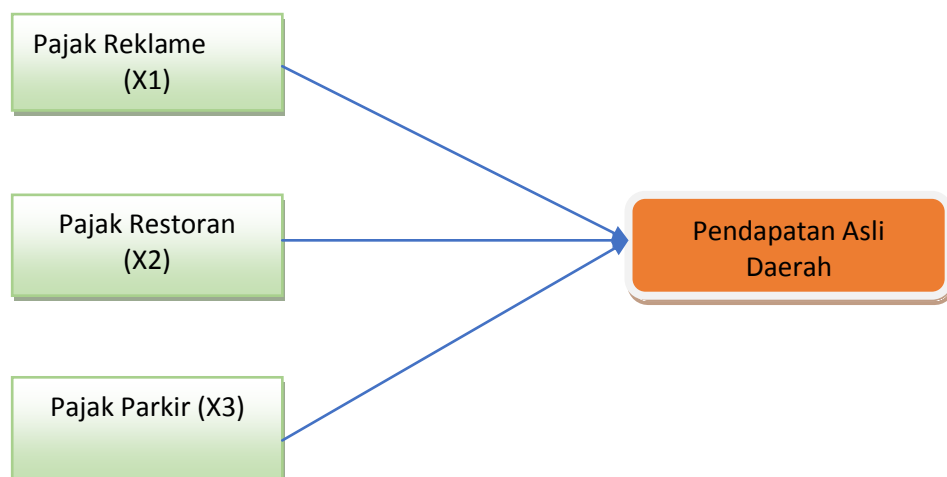
3. Pajak Parkir terhadap Pendapatan Asli Daerah

Pajak parkir sebagai variable independen ketiga (X3) adalah pajak yang dikenakan penyelenggaraan tempat parkir diluar badan jalan oleh orang pribadi atau badan baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha termasuk penyediaan penitipan kendaraan bermotor dan garasi kendaraan bermotor yang menurut bayaran. Pembayaran pajak parkir tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau kota yang ada di indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten atau kota untuk mengenakan atau tidak mengenakan suatu jenis pajak kabupaten/kota untuk dapat dipungut pada suatu daerah kabupaten/kota pemerintah daerah harus terlebih dahulu menerbitkan peraturan daerah tentang pajak parkir yang akan menjadi landasan hukum operasional dan teknis dalam pelaksanaan dan pengenaan serta pemungutan pajak parkir didaerah kabupaten atau kota yang bersangkutan.

Meningkatnya penerimaan pajak parkir memang sudah seharusnya terjadi, karena volume kendaraan di DKI Jakarta terus meningkat dan pemerintah

daerah sedang gencar-gencarnya dalam menindak parkir liar yang ada serta setiap tahunnya tarif parkir mengalami peningkatan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar II.1 Kerangka Pemikiran

D. Perumusan Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh Pajak Reklame dengan Pendapatan Asli Daerah

Reklame sebagai media promosi memiliki peranan penting dalam mendorong minat masyarakat untuk mengikuti ajakan atau dorongan dari pesan yang disampaikan pada reklame. Dalam penyelenggaraan penerbitan reklame, individu atau badan wajib membayar pajak reklame kepada pemerintah. Pajak Reklame sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang berperan penting bagi anggaran daerah dan belanja daerah, pajak reklame diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi kelangsungan pembangunan daerah.

Objek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan atau industri dan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) juga sudah memakai reklame untuk kepentingan politik dalam kegiatan kampanye. Dalam ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai perusahaan atau industri yang bertujuan untuk memasarkan atau memperkenalkan produk maupun barang dan jasa. Salah satu bauran pemasaran tersebut adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. Menurut penelitian dari Tilaar (2013) menyatakan bahwa Pajak Reklame berpengaruh negatif terhadap Pendapatan Asli Daerah. Hal yang serupa juga dinyatakan oleh Rinawati (2013) Pajak Reklame berpengaruh negatif terhadap Pendapatan Asli Daerah. Serta menurut Watini pajak reklame tidak memiliki pengaruh terhadap PAD Kota Bandung.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

H1: Pajak Reklame memiliki pengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah

2. Pengaruh Pajak Restoran dengan Pendapatan Asli Daerah.

Komponen pendapatan asli daerah memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan bagi pendapatan daerah adalah pajak daerah. Beberapa komponen pajak daerah yang penting bagi kontribusi daerah adalah pajak hotel dan restoran yang selalu mengalami peningkatan yang relatif besar. Pajak daerah harus dikelola secara professional dan

transparan dalam rangka optimalisasi dan usaha meningkatkan kontribusinya terhadap anggaran pendapatan dan belanja daerah melalui intensifikasi pemungutannya dan ekstensifikasi subyek dan obyek pajak daerah kontribusi pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah sangat besar. Semakin besar pendapatan asli daerah maka belanja daerah juga semakin besar, jika pendapatan asli daerah rendah maka belanja daerah juga akan rendah.

Selain itu penelitian lainnya juga dilakukan oleh Prayanti, *et al* (2013) bahwa ada pengaruh dari pajak restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Badung dan Wartini (2013) yang menyatakan bahwa pajak restoran mempunyai pengaruh positif terhadap pendapatan asli daerah Kota Bandung. Sehingga ketika pajak restoran meningkat, maka akan meningkatkan pendapatan asli daerah. Sedangkan menurut Rustanto (2014) pajak restoran secara parsial tidak berpengaruh terhadap PAD kota Surakarta. Hal yang sama juga dikemukakan oleh S, Erwinda (2014) yang menyatakan bahwa pajak restoran tidak berpengaruh terhadap PAD Kota Batu. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua adalah sebagai berikut:

H2: Pajak Restoran memiliki pengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah.

3. Pengaruh Pajak Parkir dengan Pendapatan Asli Daerah

Ketersediaan dan biaya untuk parkir adalah pertimbangan yang sangat penting bagi seseorang untuk memutuskan bagaimana cara

melakukan perjalanannya, apakah menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan umum. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi di kota Jakarta memberikan dampak bagi peningkatan kepemilikan kendaraan. Selain itu, penyediaan angkutan umum yang tidak memadai terkait aksesibilitas dan mobilitas menyebabkan masyarakat cenderung memilih kendaraan pribadi sebagai moda transportasi primer. Tingkat kepemilikan kendaraan yang tinggi menimbulkan peningkatan pada penerimaan pajak parkir.

Dalam perkembangan kendaraan bermotor yang semakin meningkat tiap tahunnya di Kota Jakarta, tidak tertutup kemungkinan untuk meningkatkan penerimaan dari sektor parkir. Pendapatan asli daerah dari sektor parkir dapat dikatakan cukup berpotensi dan dapat memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam menunjang pemasukan keuangan daerah. Namun pemungutan pajak parkir di setiap daerah terhambat akibat kurang efektifnya pemerintah setempat dalam menindak pemungutan pendapatan parkir.

Sehingga menurut Mosal (2013) Pajak Parkir berpengaruh negatif terhadap PAD Kota Manado. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga adalah sebagai berikut:

H3: Pajak parkir memiliki pengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah