

# **ANALISIS EFEKTIVITAS DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME, PAJAK HOTEL DAN PAJAK RESTORAN PADA PENDAPATAN ASLI DAERAH DKI JAKARTA TAHUN 2014-2018**

**Cicilia**

[cicilia689@yahoo.co.id](mailto:cicilia689@yahoo.co.id) / 087885689238

**Prima Apriwenni, S.E.,Ak.,M.M.,M.Ak.**

[prima.apriwenni@kwikkiangie.ac.id](mailto:prima.apriwenni@kwikkiangie.ac.id)

**Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta, 14350**

## **ABSTRAK**

DKI Jakarta merupakan kota yang berperan sebagai pusat perekonomian. Dalam persaingan usaha di DKI Jakarta, reklame dibutuhkan untuk mempromosikan produk dan jasa sehingga jumlah reklame di DKI Jakarta jumlahnya termasuk cukup banyak. Usaha-usaha seperti restoran dan hotel juga semakin meningkat jumlahnya dalam beberapa tahun belakangan. Banyaknya jumlah produk dan jasa tersebut dapat berdampak ke peningkatan pajak daerah DKI Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah realisasi pajak reklame, pajak hotel, dan pajak restoran sudah efektif, serta apakah ketiga jenis pajak tersebut memiliki kontribusi yang tinggi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) DKI Jakarta. Metodologi penelitian ini menggunakan metode observasi dengan cara mengamati data target dan realisasi ketiga pajak tersebut dan pendapatan asli daerah. Teknik analisis data menggunakan analisis efektivitas dan kontribusi dengan membandingkan ketiga jenis pajak tersebut dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) DKI Jakarta tahun 2014-2018. Rata-rata tingkat efektivitas selama tahun 2014-2018 untuk pajak reklame adalah 70,81% yang berarti termasuk belum efektif, sedangkan untuk pajak hotel sebesar 95,16%, dan pajak restoran sebesar 98,56% termasuk sudah efektif. Rata-rata tingkat kontribusi untuk pajak reklame adalah 2,37%, untuk pajak hotel 3,98%, sedangkan pajak restoran 6,59%.

**Kata Kunci :** Pajak Reklame, Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pendapatan Asli Daerah.

## **ABSTRACT**

DKI Jakarta is a city that acts as the center of the economy. In business competition in DKI Jakarta, billboards are needed to promote products and services, as a result the number of billboards in DKI Jakarta is quite large. Businesses such as restaurants and hotels have also increased in number in recent years. The large number of these products and services can have an impact on increasing DKI Jakarta's local tax. This study aims to determine whether the realization of advertisement tax, hotel tax and restaurant tax has been effective, and whether these three types of taxes have a high contribution to the regional original revenue of DKI Jakarta. This research methodology uses the observation method by observing the target and realization data of the three taxes and local own-source revenues. The data analysis technique uses analysis of effectiveness and contribution by comparing the three types of tax with the 2014-2018 DKI Jakarta Original Revenue. The average level of effectiveness during 2014-2018 for advertisement tax is 70.81% which means it is not yet effective, while for hotel taxes it is 95.16%, and restaurant tax of 98.56% is already effective. The average contribution rate for advertisement tax is 2.37%, for hotel tax 3.98%, while restaurant tax is 6.59%.

**Keyword :** Advertisement Tax, Hotel Tax, Restaurant Tax, Original Local Revenue.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir ini, pembangunan di DKI Jakarta sangat digencarkan. Oleh karena itu, pemungutan pajak harus semakin diperketat agar tidak ada oknum yang menunggak pajaknya. Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI menerima realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) DKI Jakarta tahun 2018 mencapai Rp43,33 triliun, dari target sebesar Rp44,35 triliun atau mencapai 97,69% (sumber: okezone.com)

Kendati demikian, Darussalam selaku *Managing Partner* Danny Darussalam Tax Center (DDTC), menyatakan bahwa diskursus soal strategi peningkatan ketaatan pajak oleh pemerintah masih minim. Pemerintah hanya membahasa seputar belanja, padahal pajak sendiri sumbangsinya terhadap penerimaan negara sangat besar, sekitar 78%. Jika pemerintah ingin membenahi penerimaan pajak, maka potensinya besar. Ada dua pendekatan, yakni *tax effort* dan *tax ratio* yang masing-masing bisa dibenahi. Terkait *tax effort* (pajak yang bisa digali dibanding potensi yang ada), sudah banyak ahli yang menghitung, salah satunya Fenochietto yang menaksir bahwa *tax effort* Indonesia adalah sebesar 43%. Sementara *tax ratio* Indonesia masih di kisaran 10,30% per 2018. Dimana masih jauh dari anjuran *International Monetary Fund* (IMF) yang menyatakan bahwa *tax ratio ideal* untuk Indonesia adalah 12,75-15%. Pilihannya hanya antara mengejar *tax effort* hingga 100% atau mengejar *tax ratio* yang disarankan IMF (sumber: wartaekonomi.co.id).

Dengan latar belakang masalah tersebut maka peneliti ingin mengetahui efektivitas dari penerimaan pajak daerah DKI Jakarta. Efektivitas bertujuan untuk mengukur rasio keberhasilan, semakin besar rasio maka semakin efektif. Rasio tersebut ditetapkan dengan standar minimal, jika rasio keberhasilan mencapai 100% atau 1 (satu) dimana realisasi sama dengan target yang telah ditentukan maka artinya sudah sangat efektif. Jika rasio dibawah standar keberhasilan dapat dikatakan bahwa tidak efektif (Dotulong, Saerang dan Poputra, 2014).

Selain efektivitas, peneliti juga ingin mengetahui mengenai kontribusi pajak daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Cara mengetahui besarnya kontribusi adalah dengan membandingkan penerimaan pajak (khususnya pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran) pada periode tertentu dengan penerimaan PAD pada periode yang sama (Lamia, Saerang dan Wokas, 2015).

Pada penelitian ini, peneliti hanya fokus pada 3 jenis pajak daerah yaitu Pajak Reklame, Pajak Hotel dan Pajak Restoran. Menurut Anggoro (2017: 172) Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya 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.

Provinsi DKI Jakarta merupakan pusat bisnis dan banyak sekali iklan komersial yang tersebar di berbagai tempat. Melihat banyaknya reklame di DKI Jakarta, maka sudah seharusnya pajak atas reklame memberikan kontribusi yang cukup besar dalam penerimaan pajak daerah DKI Jakarta. Tetapi, Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menyoroti penerimaan pajak daerah, khususnya pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta yang kurang optimal. Pada tahun 2018, hanya 5 dari 295 tiang reklame di Jakarta yang berizin. Hal ini menyebabkan Pemprov DKI Jakarta berpotensi kehilangan pendapatan sebesar Rp 130 miliar dari pajak reklame. Ketua KPK Agus Rahardjo mengatakan, banyaknya tiang reklame yang tidak berizin berdampak pada tidak terpungutnya pajak dari reklame yang tak optimal. Potensi kehilangan pendapatan sebesar Rp 130 miliar itu dihitung dengan asumsi tarif minimal Rp 450 juta per tiang (sumber: katadata.co.id).

Hotel di DKI Jakarta terdiri dari hotel berbintang satu hingga lima. Setiap tahunnya, hotel menyediakan jasa kepada masyarakat dan dari penyediaan jasa tersebut maka akan diperoleh pajak hotel sebesar 10%. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 20 dan 21, pajak

hotel adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Hotel adalah fasilitas penyedia jasa penginapan/peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga motel, losmen, gubuk pariwisata, wisma pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10 (sepuluh).

Semakin banyak gerai makanan dan minuman yang muncul di DKI Jakarta maka penerimaan pajak restoran pun seharusnya ikut meningkat. Menyadari hal tersebut, maka peneliti juga melakukan penelitian mengenai relaisasi penerimaan pajak restoran. Pajak Restoran adalah pajak yang dikenakan atas pelayanan yang diberikan oleh rumah makan atau restoran kepada pengunjung. Restoran merupakan tempat yang menyediakan pelayanan berupa makanan dan atau minuman yang diambil bayaran, yang dalam hal ini meliputi rumah makan, catering atau jasa boga, kafetaria, kantin, warung dan bar (Anugrahi, Manossoh dan Tangkuman, 2018).

Setelah menemukan adanya masalah mengenai beberapa penerimaan pajak yang kurang efektif maka peneliti ingin melakukan analisis mengenai efektivitas dan kontribusi ketiga jenis pajak yang dibahas di atas yaitu pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran. Maka dari itu judul dari skripsi ini adalah “Analisis Efektivitas dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame, Pajak Hotel dan Pajak Restoran pada Pendapatan Asli Daerah DKI Jakarta Tahun 2014-2018”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan penelitian maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan: “Apakah pemungutan pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran di DKI Jakarta telah dilakukan secara efektif?” dan “Berapakah kontribusi pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran pada Pendapatan Asli Daerah DKI Jakarta?”

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas dan kontribusi pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran pada Pendapatan Asli Daerah DKI Jakarta.

### **Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Pemerintah**

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menjadi informasi bagi pemerintah mengenai kepatuhan pajak di daerah DKI Jakarta. Sehingga penerimaan asli daerah DKI Jakarta yang diperoleh dari pajak reklame, pajak hotel dan restoran dapat dimaksimalkan di periode berikutnya.

#### **2. Bagi Pengusaha**

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran untuk mematuhi aturan pajak dan melakukan setoran pajak secara jujur.

#### **3. Bagi Masyarakat**

Agar masyarakat khususnya penduduk daerah DKI Jakarta memahami tujuan dari pembayaran pajak.

#### **4. Bagi Peneliti**

Untuk menambah wawasan mengenai perpajakan serta pengetahuan mengenai pajak reklame, pajak hotel dan restoran.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Pajak**

#### **a. Pengertian pajak**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan

Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Selain pengertian menurut Undang-Undang, terdapat juga beberapa pengertian pajak menurut para ahli, seperti :

(1) P. J. A. Adriani dalam Sumarsan (2017: 3)

“Pajak adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.”

(2) H. Rochmat Soemitro dalam Sumarsan (2017: 3)

“Pajak adalah iuran rakyat kepada Kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

(3) Sommerfeld Ray, Anderson Herschel dan Brock Horace dalam Sumarsan (2017: 4)

“Pajak adalah suatu pengalihan sumber dari sektor swasta ke sektor pemerintah, bukan akibat pelanggaran hukum, namun wajib dilaksanakan, berdasarkan ketentuan yang ditetapkan lebih dahulu, tanpa mendapat imbalan yang langsung dan proporsional, agar pemerintah dapat melaksanakan tugas-tugasnya untuk menjalankan pemerintahan.

## **b. Fungsi pajak**

Wajib pajak tidak mendapat imbalan secara langsung tetapi pajak sangat berperan penting sebagai sumber utama penerimaan negara. Fungsi pajak menurut Mardiasmo (2018: 4):

(1) Fungsi Anggaran (*Budgetair*):

Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

(2) Fungsi Mengatur (*Regulerend*):

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

## **c. Sistem Pemungutan Pajak**

Negara Indonesia merupakan negara yang padat penduduknya, oleh karena itu terdapat sistem yang digunakan untuk pemungutan pajak. Menurut Pohan (2017: 37-38) sistem pemungutan pajak terdiri dari :

(1) *Self Assessment System* (Sistem Menghitung Pajak Sendiri)

Suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang, kepercayaan dan tanggung jawab kepada wajib pajak untuk melaksanakan sendiri kewajiban dan hak perpajakannya.

(2) *Official Assessment System* (Pemungutan dengan Sistem Ketetapan)

Suatu sistem pemungutan pajak, yang memberikan wewenang fiskus untuk menentukan besarnya pajak terutang.

(3) *Withholding Tax System*

Suatu sistem pemungutan pajak, yang memberikan wewenang kepada pihak tertentu atau pihak ketiga (*withholder*) untuk memotong atau memungut pajak terutang berdasarkan prosentasi tertentu terhadap jumlah pembayaran yang dilakukan dengan penerima penghasilan.

## **2. Pendapatan Asli Daerah**

### **a. Pengertian**

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Pendapatan Asli Daerah, selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) berbeda dengan Pendapatan Daerah. Pendapatan daerah diartikan secara luas yaitu sumber pendapatan yang meliputi tidak saja Pendapatan Asli Daerah (PAD), akan tetapi pendapatan yang juga berasal dari penerimaan pemerintah pusat yang pada realisasinya dapat berbentuk subsidi dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk keperluan pembangunan daerah dan sebagainya (Samudra, 2015: 54).

Menurut Anggoro (2017:18), Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan yang diperoleh pemerintah daerah atas pelaksanaan kegiatan pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat, serta pemanfaatan sumber daya yang dimiliki pemerintah daerah.

#### **b. Sumber PAD**

Pendapatan asli daerah tidak hanya bersumber dari pajak daerah tetapi ada juga sumber lain yang termasuk PAD. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintahan Daerah, PAD bersumber dari:

- (1) Pajak Daerah;
- (2) Retribusi Daerah;
- (3) hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
- (4) lain-lain PAD yang sah.

Lain – lain PAD yang dimaksud adalah:

- (1) hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan;
- (2) jasa giro;
- (3) pendapatan bunga;
- (4) keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing; dan
- (5) komisi, potongan, ataupun bentuk lain sebagai akibat dari penjualan dan/atau pengadaan barang dan/atau jasa oleh daerah.

### **3. Pajak Daerah**

#### **a. Pengertian**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 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.

#### **b. Jenis Pajak Daerah**

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, jenis-jenis pajak dibagi menjadi:

- (1) Jenis Pajak Provinsi terdiri atas:
  - (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) Jenis Pajak kabupaten/kota terdiri atas:
  - (a) Pajak Hotel;
  - (b) Pajak Restoran;
  - (c) Pajak Hiburan;
  - (d) Pajak Reklame;
  - (e) Pajak Penerangan Jalan;
  - (f) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan;
  - (g) Pajak Parkir;
  - (h) Pajak Air Tanah;
  - (i) Pajak Sarang Burung Walet;
  - (j) Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan; dan

(k) Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

#### 4. Pajak Reklame

##### a. Pengertian

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. 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.

##### b. Objek Pajak dan Subjek Pajak Reklame

Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 47 ayat 1 yang dimaksud dengan objek reklame adalah semua penyelenggaraan reklame, meliputi:

1. Reklame papan/*billboard*/*videotron*/*megatron* dan sejenisnya;
2. Reklame kain;
3. Reklame melekat, stiker;
4. Reklame selebaran;
5. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;
6. Reklame udara;
7. Reklame apung;
8. Reklame suara;
9. Reklame *film/slide*; dan
10. Reklame peragaan

Sedangkan yang tidak termasuk sebagai objek pajak reklame adalah:

- (1) penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
- (2) label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- (3) nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
- (4) Reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah; dan
- (5) penyelenggaraan Reklame lainnya yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 48 ayat 1 sampai 4 menyatakan yang disebut sebagai Subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menggunakan Reklame. Sedangkan Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan Reklame. Dalam hal Reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh orang pribadi atau Badan, Wajib Pajak Reklame adalah orang pribadi atau Badan tersebut. Sedangkan dalam hal Reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi Wajib Pajak Reklame.

##### c. Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame

Berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 49 ayat 1 Dasar pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame. Dasar pengenaan pajak menurut Samudra (2016: 221) adalah nilai sewa reklame yang dihitung berdasarkan:

- (1) Besarnya biaya pemasangan reklame
- (2) Besarnya biaya pemeliharaan reklame
- (3) Lama Pemasangan reklame
- (4) Nilai strategis lokasi
- (5) Jenis reklame

Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 49 ayat 2 dan 3, jika reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, maka nilai sewa ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Jika reklame diselenggarakan sendiri, maka nilai sewa reklame dihitung dengan memerhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 pasal 50 ayat 1 menyatakan bahwa Tarif Pajak Reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25% (dua puluh lima persen).

## 5. Pajak Hotel

### a. Pengertian

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 20 dan 21, Pajak Hotel adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh hotel. Sedangkan yang dimaksud dengan Hotel adalah fasilitas penyedia jasa penginapan/peristirahatan termasuk jasa terkait lainnya dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga motel, losmen, gubuk pariwisata, wisma pariwisata, pesanggrahan, rumah penginapan dan sejenisnya, serta rumah kos dengan jumlah kamar lebih dari 10 (sepuluh).

### b. Objek Pajak dan Subjek Pajak Hotel

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 32 ayat 1 sampai 3 yang dimaksud Objek Pajak Hotel adalah pelayanan yang disediakan oleh Hotel dengan pembayaran, termasuk jasa penunjang sebagai kelengkapan Hotel yang sifatnya memberikan kemudahan dan kenyamanan, termasuk fasilitas olahraga dan hiburan. Jasa penunjang adalah fasilitas telepon, faksimile, telex, internet, fotokopi, pelayanan cuci, seterika, transportasi, dan fasilitas sejenis lainnya yang disediakan atau dikelola Hotel. Yang tidak termasuk objek Pajak Hotel adalah:

- (1) jasa tempat tinggal asrama yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah;
- (2) jasa sewa apartemen, kondominium, dan sejenisnya;
- (3) jasa tempat tinggal di pusat pendidikan atau kegiatan keagamaan;
- (4) jasa tempat tinggal di rumah sakit, asrama perawat, panti jompo, panti asuhan, dan panti sosial lainnya yang sejenis; dan
- (5) jasa biro perjalanan atau perjalanan wisata yang diselenggarakan oleh Hotel yang dapat dimanfaatkan oleh umum.

Sesuai Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 33 ayat 1 dan 2. Subjek Pajak Hotel adalah orang pribadi atau Badan yang melakukan pembayaran kepada orang pribadi atau Badan yang mengusahakan Hotel. Sedangkan Wajib Pajak Hotel adalah orang pribadi atau Badan yang mengusahakan Hotel.

### c. Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Hotel

Mengacu kepada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, Dasar Pengenaan Pajak Hotel adalah jumlah pembayaran atau yang seharusnya dibayar kepada Hotel. Tarif Pajak Hotel ditetapkan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen). Tarif Pajak Hotel ditetapkan dengan Peraturan Daerah.

## 6. Pajak Restoran

### a. Pengertian

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 22 dan 23, Pajak Restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran. Sedangkan yang dimaksud dengan 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.

#### **b. Objek Pajak dan Subjek Pajak Restoran**

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, objek pajak restoran adalah pelayanan yang disediakan oleh restoran. Pelayanan yang disediakan restoran meliputi pelayanan penjualan makanan dan/atau minuman yang dikonsumsi oleh pembeli, baik dikonsumsi di tempat pelayanan maupun di tempat lain. Tidak termasuk objek pajak Restoran adalah pelayanan yang disediakan oleh restoran yang nilai penjualannya tidak melebihi batas tertentu yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Sedangkan Subjek Pajak Restoran adalah orang pribadi atau badan yang membeli makanan dan/atau minuman dari restoran. Wajib Pajak Restoran adalah orang pribadi atau badan yang mengusahakan restoran.

#### **c. Dasar Pengenaan Pajak dan Tarif Pajak Restoran**

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, Dasar Pengenaan Pajak Restoran adalah jumlah pembayaran yang diterima atau yang seharusnya diterima restoran. Selanjutnya, tarif Pajak Restoran ditetapkan paling tinggi sebesar (10%) sepuluh persen dan ditetapkan dengan peraturan daerah yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada pemerintah kabupaten/kota untuk menetapkan tarif pajak yang dipandang sesuai dengan kondisi masing-masing daerah kabupaten/kota. Dengan demikian, setiap daerah kota/kabupaten diberi kewenangan untuk menetapkan besarnya tarif pajak yang mungkin berbeda dengan kabupaten/kota lainnya (Dotulong, Saerang, dan Poputra, 2014).

### **7. Efektivitas**

Menurut Mukhtar, Ali dan Mardalena (2016: 28) suatu pekerjaan dapat dikatakan efektif apabila pekerjaan tersebut dapat mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Efektivitas tidak hanya memberikan pengaruh atau kesan, akan tetapi berkaitan juga dengan keberhasilan tujuan, penetapan standar, efektivitas, penetapan sasaran, keberadaan program, materi, berkaitan dengan metode atau cara, sarana atau fasilitas dan juga dapat memberikan pengaruh. Dapat disimpulkan bahwa efektivitas lebih melihat kepada hasil akhir atau *output* sehingga apabila hasil akhirnya tidak sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan maka tidak dapat dikatakan efektif.

### **8. Kontribusi**

Kontribusi adalah suatu iuran, sumbangan, dukungan terhadap suatu kegiatan agar berjalan dengan lancar. (Dewi, Djudi dan Nuzula, 2016)

Kontribusi digunakan untuk melihat sejauh mana pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran memberikan sumbangsih dalam penerimaan pendapatan pajak daerah. Untuk mengetahui kontribusi dilakukanlah perbandingan antara penerimaan masing-masing pajak pada periode tertentu dengan penerimaan pajak daerah periode tertentu (Anugrahi, Manossoh dan Tangkuman 2018).

### **Kerangka Pemikiran**

Dalam jangka waktu lima tahun ini telah dilakukan banyak pembangunan di DKI Jakarta. Untuk membiayai pembangunan ini diperlukan biaya yang besar, salah satu sumber biaya tersebut diperoleh dari Pendaspatan Asli Daerah. Komponen terbesar pendapatan asli daerah adalah pajak daerah. Peneliti mnyoroti tiga macam jenis pajak daerah yaitu pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran.

Pemungutan pajak yang tidak optimal masih sering terjadi dikarenakan para wajib pajak yang menghindari pembayaran pajak. Oleh karena itu masih terdapat selisih antara target pajak dengan realisasi pajak. Melalui analisis efektivitas, maka akan diamati tingkat efektivitas pemungutan pajak khususnya pada pajak reklame, pajak hotel dan restoran. Tingkat efektivitas tersebut akan membandingkan antara besar target dengan realisasinya.

Pajak reklame dinilai sangat memberikan kontribusi yang besar dalam pajak daerah, seiring meningkatnya jumlah hotel serta restoran di DKI Jakarta juga dapat berdampak pada meningkatnya penerimaan pajak hotel dan pajak restoran. Untuk mengetahui tingkat kontribusi ketiga jenis pajak tersebut maka dilakukan analisis kontribusi dengan melihat berapa besar kontribusinya pada pendapatan asli daerah.

## METODE PENELITIAN

### Objek Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data dari website data.jakarta.go.id. Objek penelitian ini adalah Pajak Reklame, Pajak Hotel dan Restoran di DKI Jakarta serta Pendapatan Asli Daerah DKI Jakarta selama periode 2014-2018. Penelitian ini berisi analisis efektifitas dengan membandingkan data target dan realisasi pajak. Serta analisis kontribusi pajak reklame, pajak hotel dan restoran terhadap pendapatan asli daerah DKI Jakarta menggunakan data realisasi pajak dan data pendapatan asli daerah.

### Teknik Pengumpulan Data

Tujuan pengumpulan data untuk penelitian ini adalah untuk memperoleh data untuk dianalisis. Adapun cara peneliti memperoleh data adalah metode observasi dengan cara mengamati data target dan realisasi pajak reklame, pajak hotel dan pajak restoran serta pendapatan asli daerah DKI Jakarta.

### Teknik Analisis Data

#### 1. Analisis Efektivitas

Menurut Halim (2008: 234) rasio efektivitas menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam merealisasikan PAD yang direncanakan dibandingkan dengan target yang ditetapkan berdasarkan potensi daerah. Adapun rumus rasio efektivitas adalah sebagai berikut :

$$\text{Rasio efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pajak Daerah}}{\text{Target Penerimaan Pajak yang ditetapkan}} \times 100\%$$

Semakin tinggi rasio efektivitas berarti kemampuan daerah semakin baik. Apabila rasio mencapai satu atau seratus persen berarti kemampuan daerah dalam menjalankan tugasnya tergolong efektif.

Kategori efektivitas menurut Mahmudi (2019: 141) adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kriteria Tingkat Efektivitas**

Persentase Efektivitas	Kriteria
> 100%	Sangat Efektif
100%	Efektif
90%-99%	Cukup Efektif
75%-89%	Kurang Efektif
<75%	Tidak Efektif

Sumber : Mahmudi (2019: 141)

#### 2. Analisis Kontribusi

Analisis kontribusi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang dapat disumbangkan dari penerimaan pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah, maka dibandingkan antara realisasi penerimaan pajak daerah terhadap PAD dengan menggunakan rumus kontribusi yang merupakan terapan dari rumus derajat kontribusi BUMD dalam Mahmudi (2019: 143) . Rumus yang digunakan untk menghitung kontribusi adalah sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{Realisasi penerimaan pajak daerah}}{\text{Realisasi PAD}} \times 100\%$$

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Efektivitas Pajak Reklame

Perhitungan efektivitas pajak reklame dihitung dengan cara membagi realisasi dengan target penerimaan pajak reklame pada setiap tahunnya. Berikut adalah tabel realisasi dan target penerimaan pajak reklame tahun 2014-2018:

**Tabel 4.1**  
**Perhitungan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame**

Tahun	Target	Realisasi	Efektivitas
2014	Rp 2.400.000.000.000	Rp 850.675.199.089	35,44%
2015	Rp 1.800.000.000.000	Rp 714.967.327.356	39,72%
2016	Rp 1.150.000.000.000	Rp 894.271.331.591	77,76%
2017	Rp 850.000.000.000	Rp 955.578.757.485	112,42%
2018	Rp 1.150.000.000.000	Rp 1.020.000.000.000	88,70%

*Sumber: data olahan*

Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat efektivitas paling tinggi terjadi di tahun 2017 di mana jumlah realisasi pajak reklame melampaui target yang telah ditetapkan.

#### 2. Efektivitas Pajak Hotel

Perhitungan efektivitas pajak hotel dihitung dengan cara membagi realisasi dengan target penerimaan pajak hotel pada setiap tahunnya. Berikut adalah tabel realisasi dan target penerimaan pajak hotel tahun 2014-2018:

**Tabel 4.2**  
**Perhitungan Efektivitas Penerimaan Pajak Hotel**

Tahun	Target	Realisasi	Efektivitas
2014	Rp 1.400.000.000.000	Rp 1.384.103.823.437	98,86%
2015	Rp 1.500.000.000.000	Rp 1.276.285.658.514	85,09%
2016	Rp 1.600.000.000.000	Rp 1.499.798.259.793	93,74%
2017	Rp 1.630.000.000.000	Rp 1.560.682.463.561	95,75%
2018	Rp 1.700.000.000.000	Rp 1.740.000.000.000	102,35%

*Sumber: data olahan*

Data tersebut menunjukkan bahwa secara umum realisasi pajak hotel sudah mendekati target dan pada tahun 2018 tingkat efektivitas mencapai paling tinggi dengan jumlah realisasi yang berhasil melampaui target.

#### 3. Efektivitas Pajak Restoran

Perhitungan efektivitas pajak restoran dihitung dengan cara membagi realisasi dengan target penerimaan pajak restoran pada setiap tahunnya. Berikut adalah tabel realisasi dan target penerimaan pajak restoran tahun 2014-2018:

**Tabel 4.3**  
**Perhitungan Efektivitas Penerimaan Pajak Restoran**

Tahun	Target	Realisasi	Efektivitas
2014	Rp 2.000.000.000.000	Rp 1.822.769.015.911	91,14%
2015	Rp 2.100.000.000.000	Rp 2.290.255.418.530	109,06%
2016	Rp 2.600.000.000.000	Rp 2.453.440.079.189	94,36%
2017	Rp 2.800.000.000.000	Rp 2.750.377.658.467	98,23%
2018	Rp 3.150.000.000.000	Rp 3.150.000.000.000	100%

*Sumber: data olahan*

Secara umum realisasi pajak restoran sudah mendekati target, bahkan pada tahun 2015 jumlah realisasinya melampaui target yang telah ditetapkan.

#### 4. Kontribusi Pajak Reklame pada Pendapatan Asli Daerah

Perhitungan kontribusi pajak reklame dihitung dengan cara membagi realisasi penerimaan pajak reklame dengan realisasi pendapatan asli daerah pada setiap tahunnya. Berikut adalah tabel realisasi pajak reklame dan pendapatan asli daerah tahun 2014-2018:

**Tabel 4.4**  
**Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2014-2018**

Tahun	Realisasi PAD	Realisasi Pajak Reklame	Kontribusi
2014	Rp 31.300.000.000.000	Rp 850.675.199.089	2,72%
2015	Rp 33.700.000.000.000	Rp 714.967.327.356	2,12%
2016	Rp 36.900.000.000.000	Rp 894.271.331.591	2,42%
2017	Rp 41.700.000.000.000	Rp 955.578.757.485	2,29%
2018	Rp 44.600.000.000.000	Rp 1.020.000.000.000	2,29%

*Sumber: data olahan*

Pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah memberikan kontribusi yang stabil untuk jangka waktu 5 tahun.

#### 5. Kontribusi Pajak Hotel pada Pendapatan Asli Daerah

Perhitungan kontribusi pajak hotel dihitung dengan cara membagi realisasi penerimaan pajak hotel dengan realisasi pendapatan asli daerah pada setiap tahunnya. Berikut adalah tabel realisasi pajak hotel dan pendapatan asli daerah tahun 2014-2018:

**Tabel 4.5**  
**Kontribusi Pajak Hotel Tahun 2014-2018**

Tahun	Realisasi PAD	Realisasi Pajak Hotel	Kontribusi
2014	Rp 31.300.000.000.000	Rp 1.384.103.823.437	4,42%
2015	Rp 33.700.000.000.000	Rp 1.276.285.658.514	3,79%
2016	Rp 36.900.000.000.000	Rp 1.499.798.259.793	4,06%
2017	Rp 41.700.000.000.000	Rp 1.560.682.463.561	3,74%
2018	Rp 44.600.000.000.000	Rp 1.740.000.000.000	3,90%

*Sumber: data olahan*

Kontribusi pajak hotel lebih besar dari kontribusi pajak reklame pada pendapatan asli daerah, dan tingkat kontribusinya sedikit fluktuatif untuk setiap tahunnya.

#### 6. Kontribusi Pajak Restoran pada Pendapatan Asli Daerah

Perhitungan kontribusi pajak restoran dihitung dengan cara membagi realisasi penerimaan pajak restoran dengan realisasi pendapatan asli daerah pada setiap tahunnya. Berikut adalah tabel realisasi pajak restoran dan pendapatan asli daerah tahun 2014-2018:

**Tabel 4.6**  
**Kontribusi Pajak Restoran Tahun 2014-2018**

Tahun	Realisasi PAD	Realisasi Pajak Restoran	Kontribusi
2014	Rp 31.300.000.000.000	Rp 1.822.769.015.911	5,82%
2015	Rp 33.700.000.000.000	Rp 2.290.255.418.530	6,80%
2016	Rp 36.900.000.000.000	Rp 2.453.440.079.189	6,65%
2017	Rp 41.700.000.000.000	Rp 2.750.377.658.467	6,60%
2018	Rp 44.600.000.000.000	Rp 3.150.000.000.000	7,06%

*Sumber: data olahan*

Tingkat kontribusi pajak restoran lebih tinggi dibandingkan dengan kontribusi pajak reklame dan pajak hotel pada pendapatan asli daerah, setiap tahunnya juga cenderung meningkat.

## Pembahasan

### 1. Efektivitas Pajak Reklame Tahun 2014-2018

Untuk menentukan kategori tingkat efektivitas realisasi pajak reklame menggunakan kategori efektivitas menurut Mahmudi (2019: 141) maka berdasarkan data yang telah dihitung, tingkat efektivitas realisasi pajak reklame tahun 2014-2018 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Tingkat Efektivitas Pajak Reklame Tahun 2014-2018**

Tahun	Tingkat Efektivitas	Kategori
2014	35,44%	Tidak efektif
2015	39,72%	Tidak efektif
2016	77,76%	Kurang efektif
2017	112,42%	Sangat efektif
2018	88,70%	Kurang efektif
<b>Rata-rata</b>	<b>70,81%</b>	<b>Tidak efektif</b>

Sumber : data olahan

Pada tahun 2014 tidak efektif karena hanya diperoleh realisasi pajak reklame sebesar 35,44% dari target yang telah ditetapkan. Karena di awal tahun 2014 pemerintah menetapkan kenaikan tarif pajak reklame sebesar 500%, dari Rp 25.000 menjadi Rp 125.000, maka target pajak reklame pun menjadi sangat tinggi tetapi banyak pengusaha yang merasa keberatan dengan tarif tersebut sehingga realisasinya pun sangat kecil dibanding targetnya. Lalu kebijakan gubernur yang melarang reklame di titik tertentu sehingga banyak pemasangan reklame yang ditahan (sumber : kompas.com).

Di tahun 2015, pemerintah berupaya untuk menaikkan kembali penerimaan pajak reklame dengan memangkas kenaikan tarif reklame dari 500% menjadi 50% tetapi tingkat efektivitas hanya naik sedikit dibandingkan tahun 2014 menjadi 39,72%. Masih rendahnya tingkat efektivitas juga disebabkan oleh Pemprov DKI mengeluarkan Peraturan Gubernur (Pergub) DKI No. 1 tahun 2015 tentang Larangan Penyelenggaraan Reklame Rokok dan Produk Tembakau pada Media Luar ruang. Sehingga iklan rokok dalam bentuk reklame dan iklan rokok di tembok kios tidak diijinkan (sumber : beritasatu.com).

Lalu pada tahun 2016 terjadi peningkatan menjadi 77,76% dan kategorinya adalah kurang efektif. Setelah realisasi pajak tahun 2014-2015 jauh dari target, maka target pajak 2016 diturunkan sehingga tingkat efektivitas naik menjadi 77,76 dan masih tergolong kurang efektif karena di tahun 2016 diterapkan peraturan yang mengalihkan reklame papan menjadi reklame LED sehingga banyak ijin reklame papan yang tidak dapat diperpanjang (sumber : kompas.com).

Upaya pemerintah pada tahun 2016 untuk meningkatkan pajak reklame adalah dengan membuat peraturan mengenai pembagian hasil pajak reklame. Pemilik gedung akan mendapat alokasi pendapatan dari pajak reklame yang terpasang. Dari setiap reklame yang dipasang di gedung, 30% akan menjadi pendapatan pemerintah, dan 70% menjadi pendapatan pemilik bangunan (sumber: jakartabisnis.com).

Di tahun 2017, target yang ditetapkan juga lebih rendah dari tahun sebelumnya dan realisasinya berhasil melebihi target yaitu sebesar 112,42% sehingga termasuk kategori sangat efektif. Target pajak tersebut dikoreksi sebesar 26% dipicu oleh penghentian perpanjangan penyelenggaraan reklame *billboard* sesuai dengan arahan gubernur. (sumber : Jakarta.bisnis.com).

Upaya yang dilakukan pemerintah adalah membuat peraturan mengenai reklame LED, penerimaan pajak reklame berusaha ditingkatkan dengan merevisi Pergub 244 tahun 2015 dengan memberi insentif bagi pengguna reklame LED. Revisi itu diantaranya memuat tentang insentif 30 persen bagi pengguna reklame LED yang menayangkan materi sosialisasi program pemerintah pusat dan daerah. Lalu, pemberian keringanan pajak sebesar 30 persen dari 70 persen pajak reklame yang seharusnya terhutang untuk tahun pertama. Selanjutnya juga akan diatur

keringanan pajak sebesar 20 persen dari 70 persen pajak reklame yang terhutang untuk tahun kedua dan 10 persen pada tahun ketiga (sumber : beritajakarta.id).

Tetapi di tahun 2018, target ditetapkan lebih tinggi dari tahun sebelumnya tetapi realisasi tidak mencapai target sehingga tingkat efektivitas menurun menjadi 88,70% dan termasuk kurang efektif. Peraturan mengenai reklame LED juga terus diterapkan dengan mentertibkan wilayah di jalan protokol yang sudah tidak boleh ada papan reklame (sumber : kompas.com).

Dalam upaya mengoptimalkan penerimaan pajak DKI, KPK mendorong perbaikan sistem dengan penerapan *tax clearance*. Aturan itu mewajibkan wajib pajak untuk menyelesaikan tunggakan pajak daerah saat mengajukan permohonan perizinan atau pelayanan terpadu satu pintu (PTSP). Jika tidak, permohonannya tidak akan dilayani. Pada 2018, KPK menemukan dari 295 tiang tumbuh hanya lima di antaranya yang memiliki izin (sumber : mediaindonesia.com).

## 2. Efektivitas Pajak Hotel Tahun 2014-2018

Untuk menentukan kategori tingkat efektivitas realisasi pajak hotel menggunakan kategori efektivitas menurut Mahmudi (2019: 141) maka berdasarkan data yang telah dihitung, tingkat efektivitas realisasi pajak hotel tahun 2014-2018 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Tingkat Efektivitas Pajak Hotel Tahun 2014-2018**

Tahun	Tingkat Efektivitas	Kategori
2014	98,86%	Cukup efektif
2015	85,09%	Kurang efektif
2016	93,74%	Cukup efektif
2017	95,75%	Cukup efektif
2018	102,35%	Sangat efektif
<b>Rata-rata</b>	95,16%	Cukup efektif

*Sumber : data olahan*

Realisasi pajak hotel pada tahun 2014 termasuk kategori cukup efektif. Tingkat efektivitas sedikit lebih rendah dari 100% dipengaruhi berbagai faktor seperti masih kurangnya kesadaran masyarakat membayar pajak (sumber : cnnindonesia.com).

Tahun 2015 tingkat efektivitas turun menjadi 85,09% dan termasuk kategori kurang efektif. Karena pada saat itu dibuat peraturan mengenai larangan rapat pemerintah dilaksanakan di hotel. Sehingga hotel-hotel di Jakarta yang paling merasakan dampak pelarangan tersebut adalah hotel-hotel yang menggantungkan pendapatan dari sewa ruang rapat. Seperti hotel-hotel di sekitar kantor-kantor pemerintahan di Jakarta Pusat. Upaya pemerintah dalam meningkatkan pajak hotel dan restoran 2015 adalah dengan menghapus sanksi bunga untuk mengejar penerimaan Pajak Daerah hingga bulan Desember 2015, penghapusan sanksi ini dinilai akan dapat mendorong wajib pajak melunasi utang pajaknya. Walaupun pemerintah menghapus sanksi bunga pajak hotel dan restoran, tingkat efektivitas tahun 2015 masih lebih rendah dibandingkan tahun 2014 (sumber : kompas.com).

Tingkat efektivitas naik di tahun 2016 menjadi sebesar 93,74% dan termasuk kategori cukup efektif. Pemerintah berusaha meningkatkan pajak hotel dan restoran di tahun tersebut dengan cara optimalisasi *online system* pajak yang sedang dikerjasamakan dengan BRI melalui *cash management system* (CMS) untuk membantu eksekutif dalam pembayaran, pemeriksaan, dan pemuktakhiran data wajib pajak (sumber: cnnindonesia.com).

Pada tahun 2017 tingkat efektivitas naik sedikit menjadi 95,75%, melalui usaha pemerintah dengan cara Badan Pajak dan Retribusi Daerah Provinsi DKI Jakarta bekerja sama dengan Tim Optimalisasi Penerimaan Daerah Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) untuk mencegah kebocoran penerimaan pajak. Kerja sama tersebut dilakukan untuk mencapai target penerimaan pajak DKI Jakarta tahun 2017 yang ditargetkan lebih besar dari tahun-tahun sebelumnya (sumber : kompas.com).

Persentase tertinggi terjadi di tahun 2018 sebesar 102,35% yang termasuk sangat efektif. Badan Pajak dan Retribusi Daerah (BPRD) DKI Jakarta mendatangi rumah-rumah warga secara

“door to door” untuk menagih tunggakan pajak di semua mal, perkantoran, apartemen dan perumahan di wilayah DKI Jakarta. Penyidik pegawai negeri sipil (PPNS) BPRD DKI juga bertugas menyelidiki dan memanggil wajib pajak restoran, pajak hotel, pajak hiburan yang terindikasi melakukan pidana pajak, seperti penggelapan setoran pajak atau memanipulasi pelaporan pajak (sumber : kompas.com).

### 3. Efektivitas Pajak Restoran Tahun 2014-2018

Untuk menentukan kategori tingkat efektivitas realisasi pajak restoran menggunakan kategori efektivitas menurut Mahmudi (2019: 141) maka berdasarkan data yang telah dihitung, tingkat efektivitas realisasi pajak restoran tahun 2014-2018 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Tingkat Efektivitas Pajak Restoran Tahun 2014-2018**

Tahun	Tingkat Efektivitas	Kategori
2014	91,14%	Cukup efektif
2015	109,06%	Sangat efektif
2016	94,36%	Cukup efektif
2017	98,23%	Cukup efektif
2018	100%	Efektif
<b>Rata-rata</b>	<b>98,56%</b>	<b>Cukup efektif</b>

*Sumber : data olahan*

Tingkat efektivitas pajak restoran selama tahun 2014 sebesar 91,14% dan termasuk kategori cukup efektif. Menurut Jakarta Budgeting Watch (JBW) banyak pelaku usaha restoran di Ibu Kota yang enggan membayar pajak. Akibatnya potensi pendapatan asli daerah (PAD) DKI Jakarta tidak maksimal. Pajak restoran yang tidak terpungut berasal dari restoran yang dahulu adalah skala kecil dan telah mengalami peningkatan di tahun 2014 tetapi tidak mendapatkan pengawasan dari Pemprov DKI Jakarta sehingga menimbulkan kebocoran pajak (sumber: metro.sindonews.com).

Pada tahun 2015 realisasi pajak berhasil memperoleh tingkat 109,06% yang merupakan kategori sangat efektif. Dikarenakan di tahun tersebut diterapkan sistem online yang dijalankan oleh BRI dan juga sistem online milik Dinas Pelayanan Pajak yaitu dengan perangkat POS (*Point of Sale*). POS memungkinkan Dinas Pelayanan Pajak mendapatkan data transaksi yang lebih detil ketimbang data dari BRI (sumber : kompas.com).

Di tahun 2016, target pajak restoran naik dibandingkan dari tahun sebelumnya tetapi realisasinya tidak mencapai target sehingga tingkat efektivitasnya turun menjadi 94,36%. Dalam upaya menangani wajib pajak restoran yang menunggak pajak, pemerintah memasang plang di restoran-restoran tersebut jika wajib pajak tidak mengindahkan surat imbauan yang diterima. Jika wajib pajak masih menunggak maka ijin restorannya akan dicabut (sumber : kompas.com).

Setelah adanya penerapan perangkat POS di tahun 2016, semua wajib pajak restoran wajib memiliki POS, perangkat POS akan terkoneksi dengan mesin kasir, sehingga setiap kali transaksi, data akan langsung tercatat di perangkat POS dan dikirim ke server atau database Dinas Pelayanan Pajak. Dari bukti cetakan yang dikeluarkan POS, konsumen bisa mengeceknya langsung ke Dinas Pelayanan Pajak, apakah pajak yang dikenakan kepadanya benar disetor ke Dinas Pelayanan Pajak atau tidak (sumber : kompas.com).

Pada tahun 2017 tingkat efektivitas naik sedikit menjadi 98,23%, jumlah yang kurang dari target juga disebabkan pemilik restoran yang menunggak pajak. Sebagian besar pemilik restoran banyak yang mengalokasikan pajak yang diterimanya dari pengunjung, untuk mengembangkan usaha. Padahal kewajiban pajak mereka adalah pungutan yang dikumpulkan dari pengunjung. Seharusnya pajak yang dibayarkan pengunjung ketika makan di restoran dipisahkan dari keuntungan restoran. Selain itu, pajak restoran juga kadang tidak dilaporkan oleh pemilik restoran. Pajak restoran ini ditetapkan 10 persen dari pendapatan. Pendapatan ini dilaporkan sendiri oleh pemilik restoran (sumber : kompas.com).

Tahun 2018 realisasi pajak restoran mencapai jumlah yang sama dengan target yang ditetapkan yaitu 100% dan termasuk kategori efektif. Untuk berhasil mencapai target tersebut

pemerintah DKI Jakarta menggelar sosialisasi mengenai pajak restoran yang baru membuka usaha. Sosialisasi bertujuan agar pemilik usaha restoran mengetahui tata cara mendaftarkan diri menjadi WP yang memungut pajak restoran dari konsumen untuk disetorkan ke kas daerah (sumber : beritajakarta.id).

#### 4. Kontribusi Pajak Reklame pada Pendapatan Asli Daerah Tahun 2014-2018

Berdasarkan data yang telah dihitung maka tingkat kontribusi pajak reklame pada tahun 2014-2018 diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Tingkat Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2014-2018**

Tahun	Tingkat Kontribusi
2014	2,72%
2015	2,12%
2016	2,42%
2017	2,29%
2018	2,29%
<b>Rata-rata</b>	<b>2,37%</b>

Sumber : data olahan

Pajak reklame sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah memberikan rata-rata kontribusi sebesar 2,37% pada keseluruhan pendapatan asli daerah. Tingkat persentase kontribusinya stabil dari tahun 2014-2018, jumlah paling besar terjadi di tahun 2014 di mana jumlah penerimaan PAD pada tahun itu adalah sebesar Rp31,3 triliun sedangkan realisasi pajak reklame sebesar Rp850 miliar.

#### 5. Kontribusi Pajak Hotel pada Pendapatan Asli Daerah Tahun 2014-2018

Berdasarkan data yang telah dihitung maka tingkat kontribusi pajak hotel pada tahun 2014-2018 diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Tingkat Kontribusi Pajak Hotel Tahun 2014-2018**

Tahun	Tingkat Kontribusi
2014	4,42%
2015	3,79%
2016	4,06%
2017	3,74%
2018	3,90%
<b>Rata-rata</b>	<b>3,98%</b>

Sumber : data olahan

Berdasarkan tabel 4.11 tingkat kontribusi pajak hotel lebih tinggi daripada tingkat kontribusi pajak reklame. Tingkat persentase tahun 2014-2018 juga memiliki tingkat naik turun yang stabil. Persentase paling tinggi terjadi di tahun 2014 yaitu sebesar 4,42% di mana jumlah realisasi pajak hotel sebesar Rp1,38 triliun dengan realisasi PAD sebesar Rp 31,3 triliun. Rata-rata kontribusi yang diberikan pajak hotel untuk PAD DKI Jakarta adalah sebesar 3,98%, jumlah ini lebih tinggi 1,61% dari rata-rata pajak reklame.

#### 6. Kontribusi Pajak Restoran pada Pendapatan Asli Daerah Tahun 2014-2018

Berdasarkan data yang telah dihitung maka tingkat kontribusi pajak restoran pada tahun 2014-2018 diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Tingkat Kontribusi Pajak Restoran Tahun 2014-2018**

Tahun	Tingkat Kontribusi
2014	5,82%
2015	6,80%
2016	6,65%

2017	6,60%
2018	7,06%
<b>Rata-rata</b>	6,59%

*Sumber: data olahan*

Tingkat kontribusi pajak restoran lebih tinggi daripada pajak reklame dan pajak hotel. Persentase tertinggi terjadi di tahun 2018 yaitu sebesar 7,06% di mana realisasi PAD sebesar Rp31,3 triliun dan realisasi pajak reklame sebesar Rp1,8 triliun. Dapat dilihat juga bahwa dari tahun 2014 hingga 2018 mengalami peningkatan. Rata-rata kontribusi pajak restoran pada PAD DKI Jakarta adalah sebesar 6,59% di mana lebih tinggi 2,61% dari pajak hotel.

Menurut Ismail (2018:145), peranan pajak daerah terhadap PAD saat ini relatif kecil. Dikarenakan dalam melaksanakan otonomi daerah saat ini, Pemda lebih menggantungkan pada subsidi pemerintah pusat berupa dana perimbangan seperti dana alokasi umum, dana alokasi khusus dan bagi hasil. Pelayanan umum dan pembangunan daerah akan dapat terpenuhi dari dana perimbangan.

Pada tahun 2014, PAD DKI Jakarta adalah Rp31,3 triliun, dari total 13 jenis pajak daerah di Provinsi DKI Jakarta jumlah realisasinya adalah Rp27 triliun kontribusi terbesar berasal dari penerimaan pajak PBB-P2 yang mampu mencapai sebesar Rp5,79 triliun dan penyumbang terkecil adalah dari jenis pajak PAT sebesar Rp95 miliar. (sumber : Jakarta.bps.go.id).

Lalu di tahun 2015, total PAD DKI Jakarta adalah Rp33,7 triliun dengan pajak daerah sebesar Rp29,07 triliun kontribusi terbesar berasal dari realisasi PKB sebesar Rp6,09 triliun (sumber : Jakarta.bps.go.id).

Pada tahun 2016, Pendapatan Asli Daerah (PAD) terealisasi Rp36,88 triliun, terdiri dari pajak daerah sebesar Rp31,61 triliun (sumber : merdeka.com).

Tahun 2017 realisasi PAD DKI Jakarta adalah Rp41,7 triliun, dengan kontribusi pajak daerah sebesar Rp36,5 triliun. Sumber pajak daerah terbesar adalah PKB yaitu Rp7,9 triliun dan terkecil adalah pajak air tanah sebesar Rp95 miliar (sumber : data.jakarta.go.id).

Pada tahun 2018, total PAD DKI Jakarta adalah Rp44,6 triliun dengan realisasi pajak daerah sebesar Rp37,4 triliun, kontribusi terbesar berasal dari PBB P2 sebesar Rp8,89 triliun dan terkecil dari pajak air tanah yaitu Rp106 miliar, (sumber : data.jakarta.go.id).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka disimpulkan bahwa pemungutan pajak reklame belum efektif, sedangkan pemungutan pajak hotel dan restoran sudah efektif. Tingkat kontribusi pajak reklame pada pendapatan asli daerah DKI Jakarta memiliki rata-rata sebesar 2,37%, kontribusi pajak hotel sebesar 3,98%, dan kontribusi pajak restoran sebesar 6,59%.

Melalui penelitian ini, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan realisasi penerimaan pajak DKI Jakarta. Pertama, bagi pemerintah DKI Jakarta agar membuat peraturan yang bersifat tetap dan tidak sering berubah-ubah sehingga masyarakat lebih taat membayar pajak. Peraturan dan sanksi yang lebih jelas dapat meningkatkan ketaatan masyarakat dalam membayar pajak. Sosialisasi juga harus semakin sering dilakukan seiring adanya perubahan peraturan. Kedua, bagi masyarakat sebagai wajib pajak yang taat, masyarakat harus membayar pajak dengan jujur agar dapat meningkatkan penerimaan daerah untuk pembangunan daerah. Wajib pajak juga harus mengenai peraturan terbaru jika ada peraturan yang berubah sehingga wajib pajak dapat dengan benar membayar pajaknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Damas Dwi (2017), *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*, Edisi 1, Malang: UB Press.
- Anugrahi, R., Manossoh, H., & Tangkuman, S. J. (2018), *Analisis Kontribusi Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Pajak Daerah Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kabupaten Minahasa Selatan*, vol. 13, no. 4, Universitas Sam Ratulangi
- Berita Jakarta (2017), *Pergub Petunjuk Pelaksanaan Pajak Reklame Akan Direvisi*, diakses 7 November 2019, [www.beritajakarta.id/read/43510/pergub-petunjuk-pelaksanaan-pajak-reklame-akandirevisi#.XedyKa2B2u4](http://www.beritajakarta.id/read/43510/pergub-petunjuk-pelaksanaan-pajak-reklame-akandirevisi#.XedyKa2B2u4)
- Berita Satu (2015), *Pemprov DKI Larang Iklan Rokok di Reklame*, diakses 7 November 2019, [www.beritasatu.com/megapolitan/243136/pemprov-dki-larang-iklan-rokok-di-reklame](http://www.beritasatu.com/megapolitan/243136/pemprov-dki-larang-iklan-rokok-di-reklame)
- CNN Indonesia (2015), *Ahok Ungkap Penyebab Rendahnya Pendapatan DKI Jakarta 2014*, diakses 27 November 2019, [www.cnnindonesia.com/nasional/20150916174358-20-79196/ahok-ungkap-penyebab-rendahnya-pendapatan-dki-jakarta-2014](http://www.cnnindonesia.com/nasional/20150916174358-20-79196/ahok-ungkap-penyebab-rendahnya-pendapatan-dki-jakarta-2014)
- CNN Indonesia (2015), *Ahok Yakin Penerimaan Pajak Kendaraan Meningkatkan di 2016*, diakses 27 November 2019, [www.cnnindonesia.com/nasional/20151219165611-20-99314/ahok-yakin-penerimaan-pajak-kendaraan-meningkat-di-2016](http://www.cnnindonesia.com/nasional/20151219165611-20-99314/ahok-yakin-penerimaan-pajak-kendaraan-meningkat-di-2016)
- Data Jakarta (2018), *Data Rencana dan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah*, diakses 27 November 2019, [data.jakarta.go.id/dataset/data-penerimaan-perjenis-pajak-daerah-terhadap-total-apbd-2017/resource/73c24734-5ddf-4147-a188-87128913059a](http://data.jakarta.go.id/dataset/data-penerimaan-perjenis-pajak-daerah-terhadap-total-apbd-2017/resource/73c24734-5ddf-4147-a188-87128913059a)
- Data Jakarta (2018), *Data Rencana dan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah*, diakses 27 November 2019, [data.jakarta.go.id/dataset/data-rencana-dan-realisasi-penerimaan-pajak-daerah/resource/7abb1a17-555f-4504-b70c-04a4528a881b](http://data.jakarta.go.id/dataset/data-rencana-dan-realisasi-penerimaan-pajak-daerah/resource/7abb1a17-555f-4504-b70c-04a4528a881b)
- Dewi, W. R., Djudi, M., & Nuzula, N. F. (2016), *Kontribusi Pajak Hotel Dan Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah*, vol. 10, no. 1, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Dotulong, G. A. G., Saerang, D. P. E., & Poputra, A. T. (2014), *Analisis Potensi Penerimaan dan Efektivitas Pajak Restoran di Kabupaten Minahasa Utara*, vol.14, no.2, Universitas Sam Ratulangi, diakses 17 Mei 2019, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/4188>
- Halim, Abdul (2008), *Akuntansi Sektor Publik: Akuntansi Keuangan Daerah*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Empat.
- Ismail, Tjip (2018), *Potret Pajak Daerah di Indonesia*, Edisi 1, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Jakarta Bisnis (2015), *Pajak Reklame: Ini Dia Pembagian Hasil Pajak Reklame Menurut Rapergub DKI*, diakses 7 November 2019, [jakarta.bisnis.com/read/20150925/77/475835/pajak-reklame-ini-dia-pembagian-hasil-pajak-reklame-menurut-rapergub-dki](http://jakarta.bisnis.com/read/20150925/77/475835/pajak-reklame-ini-dia-pembagian-hasil-pajak-reklame-menurut-rapergub-dki)
- Jakarta Bisnis (2017), *Penerimaan Pajak Reklame di DKI Terkoreksi*, diakses 7 november 2019, [jakarta.bisnis.com/read/20170804/77/677983/penerimaan-pajak-reklame-di-dki-terkoreksi](http://jakarta.bisnis.com/read/20170804/77/677983/penerimaan-pajak-reklame-di-dki-terkoreksi)
- Jakarta BPS (2017), *Anggaran dan Realisasi Pendapatan Daerah Menurut Sumber Penerimaan 2014 2015*, diakses 7 November 2019, [jakarta.bps.go.id/statictable/2017/01/30/133/anggaran-dan-realisasi-pendapatan-daerah-menurut-sumber-penerimaan-2014-2015-juta-rp-.html](http://jakarta.bps.go.id/statictable/2017/01/30/133/anggaran-dan-realisasi-pendapatan-daerah-menurut-sumber-penerimaan-2014-2015-juta-rp-.html)

- Katadata (2018), *KPK Soroti Penerimaan Pajak Reklame DKI Jakarta yang Tak Optimal*, diakses 7 November 2019, [katadata.co.id/berita/2018/12/19/kpk-soroti-penerimaan-pajak-reklame-dki-jakarta-yang-tak-optimal](http://katadata.co.id/berita/2018/12/19/kpk-soroti-penerimaan-pajak-reklame-dki-jakarta-yang-tak-optimal)
- Kompas (2013), *Target Pajak DKI Naik Tajam, Pajak Progresif dan Reklame Meroket*, diakses 23 Desember 2019, [ekonomi.kompas.com/read/2013/12/15/2019384/Target.Pajak.DKI.Naik.Tajam.Pajak.Progresif.dan.Reklame.Meroket](http://ekonomi.kompas.com/read/2013/12/15/2019384/Target.Pajak.DKI.Naik.Tajam.Pajak.Progresif.dan.Reklame.Meroket)
- Kompas (2014), *Larangan Rapat di Hotel Bisa Turunkan Nilai PAD Jakarta*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2014/11/17/10501451/Larangan.Rapat.di.Hotel.Bisa.Turunkan.Nilai.PAD.Jakarta](http://megapolitan.kompas.com/read/2014/11/17/10501451/Larangan.Rapat.di.Hotel.Bisa.Turunkan.Nilai.PAD.Jakarta)
- Kompas (2015), *Pemprov DKI Gandeng KPK untuk Cegah Kebocoran Penerimaan Pajak*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2017/02/03/13552191/pemprov.dki.gandeng.kpk.untuk.cegah.kebocoran.penerimaan.pajak](http://megapolitan.kompas.com/read/2017/02/03/13552191/pemprov.dki.gandeng.kpk.untuk.cegah.kebocoran.penerimaan.pajak)
- Kompas (2015), *Pemprov DKI Hapus Sanksi Bunga Pajak Hotel, Restoran, Hiburan, dan Parkir*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2015/12/10/22424061/Pemprov.DKI.Hapus.Sanksi.Bunga.Pajak.Hotel.Restoran.Hiburan.dan.Parkir?page=all](http://megapolitan.kompas.com/read/2015/12/10/22424061/Pemprov.DKI.Hapus.Sanksi.Bunga.Pajak.Hotel.Restoran.Hiburan.dan.Parkir?page=all)
- Kompas (2015), *Sistem Daring Dongkrak Penerimaan Pajak Restoran DKI Tahun 2015*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2015/12/29/18524181/Sistem.Daring.Dongkrak.Penerimaan.Pajak.Restoran.DKI.Tahun.2015](http://megapolitan.kompas.com/read/2015/12/29/18524181/Sistem.Daring.Dongkrak.Penerimaan.Pajak.Restoran.DKI.Tahun.2015)
- Kompas (2015), *Sistem Pajak Daring di Restoran Mirip Android*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2015/12/29/17385171/Sistem.Pajak.Daring.di.Restoran.Mirip.Android](http://megapolitan.kompas.com/read/2015/12/29/17385171/Sistem.Pajak.Daring.di.Restoran.Mirip.Android)
- Kompas (2016), *Ini Sanksi Bagi Restoran Penunggak Pajak di Jakarta*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2016/07/15/22491911/ini.sanksi.bagi.restoran.penunggak.pajak.di.jakarta](http://megapolitan.kompas.com/read/2016/07/15/22491911/ini.sanksi.bagi.restoran.penunggak.pajak.di.jakarta)
- Kompas (2017),  *DPRD DKI Maklumi Pendapatan Daerah 2016 yang Tidak 100 Persen*, diakses 7 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2017/04/27/07201121/dprd.dki.maklumi.pendapatan.daerah.2016.yang.tidak.100.persen](http://megapolitan.kompas.com/read/2017/04/27/07201121/dprd.dki.maklumi.pendapatan.daerah.2016.yang.tidak.100.persen)
- Kompas (2017), *Pemilik Restoran Ditanya Kenapa Tunggak Pajak Jawabannya Ya Tunggak Aja*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2017/10/24/14325711/pemilik-restoran-ditanya-kenapa-tunggak-pajak-jawabannya-ya-nunggu-aja](http://megapolitan.kompas.com/read/2017/10/24/14325711/pemilik-restoran-ditanya-kenapa-tunggak-pajak-jawabannya-ya-nunggu-aja)
- Kompas (2018), *Bersama KPK Pemprov DKI Tertibkan Reklame Liar di Jalan Protokol*, diakses 7 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2018/10/19/11304421/bersama-kpk-pemprov-dki-tertibkan-reklame-liar-di-jalan-protokol](http://megapolitan.kompas.com/read/2018/10/19/11304421/bersama-kpk-pemprov-dki-tertibkan-reklame-liar-di-jalan-protokol)
- Kompas (2018), *Genjot Penerimaan Pajak Pemprov DKI Door to Door ke Rumah Warga Hingga Mall*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.kompas.com/read/2018/12/16/17260161/genjot-penerimaan-pajak-pemprov-dki-door-to-door-ke-rumah-warga-hingga](http://megapolitan.kompas.com/read/2018/12/16/17260161/genjot-penerimaan-pajak-pemprov-dki-door-to-door-ke-rumah-warga-hingga)
- Lamia, A. A., Saerang, D. P. E., & Wokas, H. R. (2015), *Analisis Efektifitas dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame, dan Pajak Penerangan Jalan Pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara*, vol 15, no. 05, diakses 17 Mei 2019, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10474>

- Mahmudi (2019), *Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah*, Edisi 4, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mardiasmo (2018), *Perpajakan–Edisi Terbaru 2018*, Edisi 19, Yogyakarta: Andi.
- Media Indonesia (2018), *Jakarta Belum Maksimal Tarik Pajak Reklame*, diakses 7 November 2019, [mediaindonesia.com/read/detail/205391-jakarta-belum-maksimal-tarik-pajak-reklame](http://mediaindonesia.com/read/detail/205391-jakarta-belum-maksimal-tarik-pajak-reklame)
- Merdeka (2017), *Djarot : Pendapatan Daerah Sepanjang 2016 Mencapai Rp53,78 Triliun*, diakses 27 November 2017, [www.merdeka.com/jakarta/djarot-pendapatan-daerah-sepanjang-2016-mencapai-rp-5378-triliun.html](http://www.merdeka.com/jakarta/djarot-pendapatan-daerah-sepanjang-2016-mencapai-rp-5378-triliun.html)
- Mukhtar, Hapzi Ali dan Mardalena (2016), *Efektivitas Pimpinan: Kepemimpinan Transformatif dan Komitmen Organisasi*, Yogyakarta: Deepublish.
- Okezone (2019), *Pad Pemprov DKI Tahun 2018 Capai Rp43,33 Triliun*, diakses 27 November 2019, [megapolitan.okezone.com/read/2019/06/24/338/2070352/pad-pemprov-dki-tahun-2018-capai-rp43-33-triliun](http://megapolitan.okezone.com/read/2019/06/24/338/2070352/pad-pemprov-dki-tahun-2018-capai-rp43-33-triliun)
- Pohan, Chairil Anwar (2017), *Pembahasan Komprehensif Perpajakan Indonesia Teori dan Kasus*, Edisi 2, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Samudra, Azhari Aziz (2016), *Perpajakan di Indonesia: Keuangan, Pajak dan Retribusi Daerah*, Edisi 1, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sindonews (2014), *Pajak Restoran di Jakarta Belum Tergarap Optimal*, diakses 27 November 2019, [metro.sindonews.com/read/917133/31/pajak-restoran-di-jakarta-belum-tergarap-optimal-1414594147](http://metro.sindonews.com/read/917133/31/pajak-restoran-di-jakarta-belum-tergarap-optimal-1414594147)
- Sumarsan, Thomas (2017), *Perpajakan Indonesia Pedoman Perpajakan yang Lengkap Berdasarkan Undang-Undang Terbaru*, Edisi 5, Jakarta : Indeks.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintahan Daerah
- Warta Ekonomi (2019), *Pengamat: Ekonomi Digital Sebabkan Kebocoran Pajak*, diakses 27 November 2019, [www.wartaekonomi.co.id/read222346/pengamat-ekonomi-digital-sebabkan-kebocoran-pajak.html](http://www.wartaekonomi.co.id/read222346/pengamat-ekonomi-digital-sebabkan-kebocoran-pajak.html)