

PENGARUH RETIBUSI PASAR DAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI KOTA SURABAYA

Marsudi Margo Utomo¹, Bambang Wiwoho²

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya¹

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya²

bwiwoho@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

This study makes an analysis of the effect of market levies and advertisement taxes on local revenue (PAD) of Surabaya. In this study, the samples taken are market retribution and advertisement taxes from 2010 to 2014. The independent variables used in this study are market levies and advertisement taxes. While the dependent variable or dependent variable is the original revenue area (PAD). The analysis technique used is multiple regression technique with SPSS 20.0 for windows. Testing simultaneously by using t test found that significant value of $0.000 < 0.05$ then the variable of market levy affect the local revenue (PAD) of Surabaya and t test in get that significant value of $0.00 < 0.05$ then the variable tax advertisement affects the local revenue (PAD) of Surabaya. The value of R² obtained by 0.673 means 67.3% shows the value of 67.3% of local revenue (PAD) of Surabaya City influenced by market and advertisement taxes while 32.7% of indigenous regions (PAD) Surabaya City is influenced by other variables which was not meticulously in this study.

Keywords: GRDP, Minimum Wage, Unemployment Rate.

1. PENDAHULUAN

Salah satu Pendapatan Asli Daerah diperoleh dari penerimaan yang berasal dari pajak dan retribusi daerah. Salah satu komponen dari pajak daerah adalah pajak reklame. Reklame merupakan suatu sarana yang digunakan sebagai media promosi dan pemasaran yang pada saat ini sangat dibutuhkan untuk menunjang kemajuan dunia bisnis dan perdagangan, adanya hiburan seperti pertunjukan film, bioskop, diskotik, karaoke, klub malam, bilyard, bowling, rekreasi air. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut Pemerintah Kota Surabaya dalam mengurus dan menyelenggarakan urusan-urusan yang menyangkut bidang pendapatan daerah sangat memerlukan

keberadaan Dinas Pendapatan Kota Surabaya sebagai instansi pemerintah yang dapat membantu pelaksanaan pembangunan daerah.

Dinas Pendapatan Kota Surabaya sebagai salah satu unsur pelaksanaan pemerintahan yang mempunyai pengaruh sangat penting dalam menggali sumber pendapatan kota yang berupa pajak daerah kota/kabupaten yang didalamnya terdapat faktor pungutan yang mempunyai penerimaan cukup besar yaitu pajak reklame.

Pajak reklame merupakan salah satu pajak daerah kabupaten / kota yang dapat menunjang penerimaan Pendapatan Asli Daerah. Karena pajak reklame merupakan sumber penerimaan yang sangat potensial karena tiap tahun

jumlahnya selalu meningkat sehingga dapat menyumbang pendapatan kepada pemerintah daerah Kota Surabaya.

Salah satu upaya untuk melihat kemampuan daerah dalam rangka self supporting dari segi keuangan daerah dalam rangka mengurangi ketergantungan terhadap pemerintah pusat, adalah dengan melihat komposisi dari penerimaan daerah yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh retribusi pasar dan pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di kota Surabaya

2. TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Pendapatan Asli Daerah

Berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, yang tertuang dalam pasal 1 butir 13 undang-undang no 17 tahun 2003 tentang keuangan Negara, Pendapatan asli daerah adalah hak pemerintah daerah yang diakui sebagai penambah nilai kekayaan yang bersih.

Pasal 1 butir 15 Undang-undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah yang di maksud dengan Pendapatan Daerah adalah semua hak daerah yang diakui sebagaimana penambahan nilai kekayaan bersih dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan.

Pasal 1 butir 17 Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah menentukan bahwa Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang di peroleh daerah yang di pungut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sesuai dengan ketentuan pasal 6 Undang-undang Perimbangan Keuangan antara Pemerintahan.

Pusat dan daerah, Pendapatan Asli Daerah dapat di peroleh melalui sumber-sumber dana yang didapat dari Pajak Daerah, Retribusi Daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan. Sumber-sumber pendapatan tersebut diharapkan menjadi sumber pembiayaan penyelenggaraan dan pembangunan untuk meningkatkan dan

10

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah salah satu sumber dana pembiayaan pembangunan daerah pada kenyataannya belum cukup memberikan sumbangan bagi pertumbuhan daerah, hal ini mengharuskan pemerintah daerah menggali dan meningkatkan pendapatan daerah terutama sumber pendapatan asli daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan daerah yang bersumber dari hasil pajak daerah, hasil retribusi Daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, yang bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali pendanaan dalam pelaksanaan otonomi daerah sebagai mewujudkan asas desentralisasi (Penjelasan UU No. 33 Tahun 2004).

Dalam upaya memperbesar peran pemerintah daerah dalam pembangunan, pemerintah daerah dituntut untuk lebih mandiri dalam membiayai kegiatan operasional rumah tangganya. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa pendapatan daerah tidak dapat dipisahkan dengan belanja daerah, karena adanya saling terkait dan merupakan satu alokasi anggaran yang disusun dan dibuat untuk melancarkan roda pemerintahan daerah. Adanya hak, wewenang, dan kewajiban yang diberikan kepada daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri, merupakan satu upaya untuk meningkatkan peran pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi daerahnya dengan mengelola sumber-sumber pendapatan daerah secara efisien dan

efektif khususnya pendapatan asli daerah sendiri.

Pengertian Retribusi Daerah

Retribusi merupakan suatu kata yang sudah familier dan sering di dengar dalam menjalankan suatu aktifitas kehidupan sehari-hari. Retribusi sering dilihat di tempat-tempat umum seperti di pasar, terminal, tempat rekreasi atau tempat-tempat tertentu yang digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat umum. Secara awam retribusi merupakan suatu pungutan atas pemakaian dan pemanfaatan suatu fasilitas tertentu. Namun apakah semua pungutan-pungutan atas fasilitas tertentu merupakan suatu retribusi atau tidak semua pungutan atas beragam fasilitas yang digunakan merupakan retribusi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia arti kata retribusi adalah pengembalian, penggantian kerugian, pemungutan uang oleh pemerintah (Kota Praja) sebagai balas jasa. Retribusi menurut undang-undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah pengertian retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Hal ini dapat dipahami ketika melakukan pembayaran retribusi daerah, maka pembayaran yang dilakukan merupakan kompensasi atas sebuah jasa/layanan yang diberikan oleh pemerintah daerah, atau bila seseorang ingin menikmati jasa yang disediakan oleh pemerintah daerah, ia harus membayar retribusi yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Apabila ada sebuah pungutan yang dinamakan retribusi namun tidak terdapat jasa/layanan yang diberikan kepada pembayar retribusi, maka pada hakikatnya pembayaran tersebut tidak dapat dikategorikan sebagai retribusi.

Sedangkan pengertian jasa sebagaimana yang dimaksud dalam hal di atas adalah kegiatan pemerintah daerah berupa usaha dan pelayanan yang menyebabkan barang, fasilitas, atau kemanfaatan lainnya, dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan. Rohmat Sumitro mengatakan bahwa retribusi daerah adalah pembayaran kepada negara yang dilakukan kepada mereka yang menggunakan jasa-jasa negara, artinya retribusi daerah sebagai pembayaran atas jasa atau karena mendapat pekerjaan usaha atau milik daerah bagi yang berkepentingan, atau jasa yang diberikan daerah baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, setiap pungutan yang dilakukan oleh pemerintah daerah senantiasa berdasarkan prestasi dan jasa yang diberikan kepada masyarakat, sehingga keleluasaan retribusi daerah terletak pada yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Jadi retribusi sangat berhubungan erat dengan jasa layanan yang diberikan pemerintah daerah kepada yang membutuhkan. Menurut Davey, pembayaran retribusi harus memenuhi dua syarat, yaitu:

1. Dasar untuk mengenakan retribusi biasanya harus didasarkan pada total cost dari pada pelayanan-pelayanan yang disediakan dan dalam beberapa hal tersebut retribusi biasanya harus didasarkan pada kesinambungan harga jasa suatu pelayanan yaitu atas dasar mencari keuntungan. Sehingga dari definisi tersebut menurut Josep Riwu Kaho, ada beberapa ciri retribusi, yaitu :
- 1) Retribusi dipungut oleh negara
- 2) Dalam pungutan terdapat paksaan secara ekonomis
- 3) Adanya kontra prestasi yang secara langsung dapat ditunjuk
- 4) Retribusi dikenakan kepada setiap orang/badan yang menggunakan/ mengenyam jasa-jasa yang disediakan oleh negara

Objek retribusi daerah adalah berbagai jenis jasa tertentu yang

disediakan oleh pemerintah. Tidak semua jasa yang diberikan oleh pemerintah daerah dapat dipungut retribusinya, tetapi hanya jenis-jenis jasa tertentu saja yang menurut pertimbangan sosial ekonomi layak dijadikan sebagai objek retribusi. Jasa tertentu tersebut dikelompokkan kedalam tiga golongan yaitu Jasa Umum, Jasa Usaha dan Perizinan Tertentu. Penggolongan jenis retribusi ini dimaksudkan guna menetapkan kebijaksanaan umum tentang prinsip dan sasaran dalam penetapan tarif retribusi yang di tentukan. Penetapan jenis retribusi dalam tiga golongan tersebut dimaksudkan juga agar tercipta ketertiban dalam penerapannya, sehingga dapat memberikan kepastian bagi masyarakat dan disesuaikan dengan kebutuhan nyata daerah yang bersangkutan.

Sesuai Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 Pasal 18 ayat 2 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 108 ayat 1 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, retribusi daerah dibagi atas tiga golongan, sebagaimana disebut di bawah ini:

- a. Retribusi Jasa Umum
- b. Retribusi Jasa Usaha
- c. Retribusi Perizinan Tertentu

Definisi dan Pengertian dari ketiga golongan tersebut dijelaskan dalam undang-undang yaitu sebagai berikut :

- a. Retribusi Jasa Umum

Retribusi jasa umum adalah retribusi atas jasa yang disediakan atau diberikan oleh pemerintah daerah, untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan. Objek retribusi jasa umum adalah pelayanan yang disediakan atau diberikan pemerintah daerah untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan

umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan. Jenis-jenis retribusi jasa umum sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 110 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, adalah sebagai berikut:

1. Retribusi Pelayanan Kesehatan
2. Retribusi Pelayanan Persampahan/Kebersihan
3. Retribusi Penggantian Biaya Cetak Kartu Tanda Penduduk dan Akta Catatan Sipil
4. Retribusi Pelayanan Pemakaman dan Pengabuan Mayat
5. Retribusi Pelayanan Parkir di Tepi Jalan Umum
6. Retribusi Pelayanan Pasar
7. Retribusi Pengujian Kendaraan Bermotor
8. Retribusi Pemeriksaan Alat Pemadam Kebakaran
9. Retribusi Penggantian Biaya Cetak Peta
10. Retribusi Penyediaan dan atau Penyedotan Kakus
11. Retribusi Pengolahan Limbah Cair
- Retribusi Pelayanan Tera/Tera Ulang
12. Retribusi Pelayanan Pendidikan
13. Retribusi Pengendalian Menara Telekomunikasi.

- b. Retribusi Jasa Usaha

Retribusi jasa usaha adalah retribusi atas jasa yang disediakan oleh pemerintah daerah dengan menganut prinsip komersial karena pada dasarnya dapat pula disediakan oleh sector swasta. Objek retribusi jasa usaha adalah pelayanan yang disediakan oleh pemerintah daerah dengan menganut prinsip komersial yang meliputi pelayanan dengan menggunakan/memanfaatkan kekayaan daerah yang belum dimanfaatkan secara optimal dan Pelayanan oleh Pemerintah Daerah sepanjang belum disediakan secara memadai oleh pihak swasta. Jenis-jenis retribusi jasa usaha sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28

Tahun 2009 Pasal 127 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, adalah sebagai berikut.

- a). Retribusi Pemakaian Kekayaan Daerah
- b). Retribusi Pasar Grosir dan atau Pertokoan
- c). Retribusi Tempat Pelelangan
- d). Retribusi Terminal
- e). Retribusi Tempat Khusus Parkir
- f). Retribusi Tempat Penginapan/Pesanggrahan/Villa
- g). Retribusi Rumah Potong Hewan
- h). Retribusi Pelayanan Kepelabuhanan
- i). Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga
- j). Retribusi Penyeberangan di Air
- k). Retribusi Penjualan Produksi Usaha Daerah

c. Retribusi Perizinan Tertentu

Retribusi perizinan tertentu adalah retribusi atas kegiatan tertentu pemerintah daerah dalam rangka pemberian izin kepada orang pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan atas kegiatan pemanfaatan ruang, penggunaan sumber daya alam, barang, prasarana, sarana, atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan.

Objek retribusi perizinan tertentu adalah kegiatan tertentu pemerintah daerah dalam rangka pemberian izin kepada orang pribadi atau badan yang dimaksudkan untuk pembinaan, pengaturan, pengendalian dan pengawasan atas kegiatan pemanfaatan ruang, penggunaan sumber daya alam, barang, prasarana, sarana, atau fasilitas tertentu guna melindungi kepentingan umum dan menjaga kelestarian lingkungan. Jenis-jenis retribusi perizinan tertentu sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 141 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, adalah sebagai berikut:

- 1) Retribusi Izin Mendirikan Bangunan
- 2) Retribusi Izin Tempat Penjualan Minuman Beralkohol
- 3) Retribusi Izin Gangguan

- 4) Retribusi Izin Trayek
- 5) Retribusi Izin Usaha Perikanan

Di dalam Pasal 149 Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, bahwa:

- a. Jenis Retribusi Jasa Umum dan Retribusi Perizinan Tertentu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 110 ayat (1) dan Pasal 141, untuk Daerah provinsi dan daerah kabupaten/kota disesuaikan dengan kewenangan daerah masing-masing sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
- b. Jenis Retribusi Jasa Usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 127, untuk Daerah provinsi dan Daerah kabupaten/kota disesuaikan dengan jasa/pelayanan yang diberikan oleh daerah masing-masing rincian jenis objek dari setiap retribusi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 110 ayat (1), Pasal 127, dan Pasal 141 diatur dalam Peraturan Daerah yang bersangkutan.
- c. Dari ketentuan pasal tersebut dapat kita lihat bahwa untuk menentukan macam-macam rincian objek retribusi, baik berupa jenis Retribusi Umum, Retribusi Jasa Usaha dan Retribusi Perizinan Tertentu disesuaikan dengan pelayanan/jasa masing-masing daerah provinsi dan daerah kabupaten/kota dan diatur dalam Peraturan Daerah yang bersangkutan

Untuk jenis objek yang tidak diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dapat juga di atur dalam Peraturan Pemerintah dengan memperhatikan kriteria- kriteria sebagai berikut:

- 1) Kriteria Retribusi Jasa Umum:
 - a. Retribusi Jasa Umum bersifat bukan pajak dan bersifat bukan Retribusi Jasa Usaha atau Retribusi Perizinan Tertentu;
 - b. Jasa yang bersangkutan merupakan kewenangan Daerah dalam rangka

- pelaksanaan desentralisasi;
- c. Jasa tersebut memberi manfaat khusus bagi orang pribadi atau Badan yang diharuskan membayar retribusi, disamping untuk melayani kepentingan dan kemanfaatan umum;
 - d. Jasa tersebut hanya diberikan kepada orang pribadi atau Badan yang membayar retribusi dengan memberikan keringanan bagi masyarakat yang tidak mampu;
 - e. Retribusi tidak bertentangan dengan kebijakan nasional mengenai penyelenggaraannya
 - f. Retribusi dapat dipungut secara efektif dan efisien, serta merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang potensial; dan
 - g. Pemungutan Retribusi memungkinkan penyediaan jasa tersebut dengan tingkat dan/atau kualitas pelayanan yang lebih baik.
- 2) Untuk Kriteria Retribusi Jasa Usaha:
- a. Retribusi Jasa Usaha bersifat bukan pajak dan bersifat bukan Retribusi Jasa Umum atau Retribusi Perizinan Tertentu; dan
 - b. Jasa yang bersangkutan adalah jasa yang bersifat komersial yang seyogyanya disediakan oleh sektor swasta tetapi belum memadai atau terdapatnya harta yang dimiliki/dikuasai Daerah yang belum dimanfaatkan secara penuh oleh Pemerintah Daerah.
- 3) Untuk Kriteria Retribusi Perizinan Tertentu:
- a. Perizinan tersebut termasuk kewenangan pemerintahan yang diserahkan kepada daerah dalam rangka asas desentralisasi;
 - b. Perizinan tersebut benar-benar diperlukan guna melindungi kepentingan umum; dan
 - c. Biaya yang menjadi beban daerah dalam penyelenggaraan izin tersebut dan biaya untuk

menanggulangi dampak negatif dari pemberian izin tersebut cukup besar sehingga layak dibiayai dari retribusi perizinan.

Retribusi Pasar

Retribusi pasar adalah pembayaran atas penyediaan fasilitas pasar yang berupa halaman, pelataran, los, kios yang dikelola daerah dan khusus disediakan untuk pedagang, tidak termasuk yang dikelola oleh perusahaan daerah (Hartono, 2010: 125). Menurut Sunarto (2009:98) retribusi pasar adalah pungutan yang dikenakan pada pedagang oleh Pemerintah Daerah sebagai pembayaran atas pemakaian tempat-tempat berupa toko/kios, counter/los, dasaran, dan halaman pasar yang disediakan didalam pasar daerah atau pedagang lain yang berada di sekitar pasar daerah lainnya yang berada di sekitar pasar daerah sampai dengan radius 200 meter dari pasar tersebut.

Terdapat dua prinsip atas pengenaan retribusi, yang pertama adalah bahwa mereka yang menerima kenikmatan langsung dari suatu pelayanan yang harus dibayar sesuai dengan kebutuhan mereka. Prinsip kedua adalah pengenaan retribusi berdasarkan kemampuan dari wajib retribusi. Semakin rendah penghasilannya, semakin kecil harga yang dikenakan. Retribusi dapat dipungut secara efektif dan efisien, serta merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang potensial. Pemungutan retribusi memungkinkan penyediaan jasa tersebut dengan tingkat dan/atau kualitas layanan yang baik (Suandy, 2002:269).

Selain mempunyai kriteria seperti yang dikemukakan di atas, retribusi pasar juga mempunyai objek yang sama dengan retribusi jasa umum lain yaitu pelayanan yang disediakan atau diberikan pemerintah daerah untuk tujuan kepentingan dan kemanfaatan umum serta dapat dinikmati oleh orang pribadi atau

golongan. Sedangkan subjek retribusi ini adalah pengguna jasa pelayanan pasar.. Prinsip dan sasaran dalam penetapan tarif didasarkan pada kebijakan daerah yang memperhatikan biaya penyediaan jasa yang bersangkutan, kemampuan masyarakat, dan aspek keadilan.

Agar prosedur-prosedur yang telah ditetapkan berjalan dengan baik maka diperlukan administrasi pengelolaan yang baik dalam pelaksanaannya. Administrasi penerimaan retribusi yang baik menurut Devas (2013:144) adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan wajib retribusi, hal ini berkaitan dengan kejelasan objek retribusi sehingga mempersempit bagi wajib retribusi untuk menyembunyikan objek retribusinya.
- b. Menentukan nilai terutang, hal ini berkaitan antara wajib retribusi dengan petugas pemungut dan penentuan tarif. Semakin besar kewenangan petugas untuk menentukan retribusi terutang maka semakin besar peluang untuk berunding dengan wajib retribusi dan akan mengakibatkan semakin kurang cermat besar retribusi yang dihasilkan.
- c. Memungut retribusi, hal ini meliputi ketepatan waktu memungut, sifat pembayaran (otomatis atau tidak) dan ancaman hukuman atas kelalaian membayar.
- d. Pemeriksaan kelalaian retribusi, hal ini berhubungan dengan sistem catatan yang baik dan cermat agar kelalaian dapat segera diketahui.

Pajak Reklame

Reklame adalah benda, alat atau media yang berbentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum (Mardiasmo, 2008:12).

Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut pasal 79 UU No. 22 tahun 2011 tentang pemerintah daerah adalah:

1. Pendapatan Asli Daerah, terdiri dari:
 - a) Hasil pajak daerah
 - b) Retribusi daerah
 - c) Bagian laba BUMD
 - d) Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang sah
2. Dana perimbangan keuangan pusat daerah
3. Pinjaman Daerah
4. Lain-lain Pendapatan asli daerah yang sah

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame adalah orang atau badan yang menyelenggarakan reklame, baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Pajak sebagai alat kebijakan fiskal yang digunakan terus menerus oleh negara. Pajak Reklame adalah pajak daerah yang penerimaannya diserahkan dan digunakan untuk kepentingan pemerintah daerah. Pajak reklame tersebut dikenakan terhadap objek pajak yaitu berupa reklame dan nilai sewa reklame dan didasarkan pada besarnya biaya pemasangan reklame, besarnya biaya pemeliharaan reklame, lama pemasangan reklame, nilai strategis pemasangan reklame dan jenis reklame. Pajak reklame adalah pajak daerah, sebagaimana dimaksud UU No 34 tahun 2000. Pembaharuan undang-undang didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak lain yang terkait, dan juga untuk memberikan peluang kepada

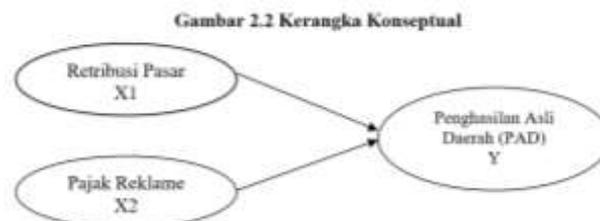
daerah kabupaten/kota untuk memungut pajak jenis pajak daerah lain yang dipandang memenuhi syarat dan potensial di daerah. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah kabupaten/kota dalam mengantisipasi kondisi serta perkembangan perekonomian daerah pada masa mendatang yang mengakibatkan perkembangan potensi pajak dengan tetap memperhatikan kesederhanaan jenis pajak dan aspirasi masyarakat serta memenuhi kriteria yang ditetapkan (Nurmayasari, 2010:39).

Pengenaan pajak reklame tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten atau daerah kota seluruh Indonesia. Hal ini berkaitan dengan kewenangan yang diberikan kepada pemerintah kabupaten/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 reklame yang akan menjadi landasan hukum operasional dalam teknis pelaksanaan pengenaan dan pemungutan pajak reklame di daerah kabupaten atau kota yang bersangkutan.

3. KERANGKA KONSEP TUAL DAN HIPOTESIS

Dari penjelasan sebelumnya dapat digambarkan dalam suatu model teori mengenai Pengaruh Retribusi Pasar dan Pajak Reklame Terhadap Penghasilan Asli Daerah (PAD) di Kota Surabaya. Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka konseptual yang terbaik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel bebas (independen) dengan

variabel terikat (dependen) dan dapat dilihat pada bagan berikut:



Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dibutuhkan suatu pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Menurut Sugiyono (2010:161) “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.” maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga Retribusi Pasar berpengaruh Terhadap Penghasilan Asli Daerah (PAD) di Kota Surabaya.
2. Diduga Pajak Reklame berpengaruh Terhadap Penghasilan Asli Daerah (PAD). di Kota Surabaya.
3. Diduga Pajak Reklame yang paling dominan berpengaruh terhadap Penghasilan Asli Daerah (PAD) di Kota Surabaya.

4. METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis. Data yang digunakan harus terukur dan akan menghasilkan kesimpulan, Penelitian ini bersifat kasual karena akan meneliti pengaruh antar variabel.

Pendekatan ini dimulai dengan hipotesis dan teori-teori, langkah selanjutnya adalah membuat model analisis, mengidentifikasi variabel, membuat definisi operasional, mengumpulkan data (baik data primer

maupun data sekunder) berdasarkan populasi dan sampel serta melakukan analisis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif Masyhuri (2008:34) menjelaskan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang memberi gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu.

Tempat dan waktu

Penelitian ini dilaksanakan pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) Kota Surabaya, Jalan Jimerto No. 25-27 Surabaya. Sedangkan pelaksanaan penelitian dan pengambilan data dilakukan pada bulan April sampai dengan Mei 2016.

Populasi dan sampel

Pengertian tentang populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemungkinan ditarik kesimpulannya. Menurut Arikunto (2010:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Supriyanto (2010:183) populasi berarti "serumpun atau sekelompok objek yang menjadi masalah sasaran penelitian". Dalam penelitian ini populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Retribusi Pasar, Pajak Reklame, dan Pendapatan Asli Daerah di Kota Surabaya.

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008:116). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Laporan Retribusi Pasar, Pajak Reklame, dan Pendapatan Asli Daerah di Kota Surabaya mulai tahun 2010-2014.

Definisi Variabel dan Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan sehingga menjadi variabel yang dapat diukur atau menspeksifikasikan kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan. Berdasarkan pengertian di atas,

variabel sangat dibutuhkan untuk menentukan variabel yang digunakan, dalam penelitian ini yang di gunakan adalah variabel bebas dan variable terikat. Variabel bebas adalah Retribusi Pasar, Pajak Reklame sedangkan variabel terikat adalah Pendapatan Asli Daerah di Kota Surabaya mulai tahun 2010-2014.

Pada penelitian ini terdapat tiga konsep yang menjadi sentral kajian yaitu konsep Retribusi Pasar, Pajak Reklame dan konsep Pendapatan Asli Daerah (PAD), agar diperoleh data yang menunjang penelitian maka batas operasionalisasi konsep dan variabel dirumuskan sebagai berikut:

Variabel terikat atau Dependent Variabel (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel dependen adalah Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pendapatan Asli Daerah. Pendapatan Asli Daerah adalah selanjutnya disebut PAD adalah pendapatan yang diperoleh Daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan (Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004). Menurut Warsito (2001) dalam Damang (2011) PAD adalah pendapatan yang bersumber dan dipungut sendiri oleh pemerintah daerah. Sumber PAD terdiri dari pajak daerah, restribusi daerah, laba dari Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah.

Variabel Bebas (*Independent*)

Adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas tersebut adalah Retribusi Pasar (X1) dan Pajak Reklame (X2).

Retribusi Pasar (X₁)

Retribusi pasar adalah pembayaran atas penyediaan fasilitas pasar yang berupa halaman, pelataran, los, kios yang dikelola daerah dan khusus disediakan untuk pedagang, tidak termasuk yang dikelola oleh perusahaan daerah (Hartono, 2010:125). Menurut Sunarto (2009:98) retribusi pasar adalah pungutan yang dikenakan pada pedagang oleh pemerintah daerah sebagai pembayaran atas pemakaian tempat-tempat berupa toko/kios, counter/los, dasaran, dan halaman pasar yang disediakan didalam pasar daerah atau pedagang lain yang berada di sekitar pasar daerah lainnya yang berada di sekitar pasar daerah sampai dengan radius 200 meter dari pasar tersebut.

Pajak Reklame (X_2)

Reklame adalah benda, alat atau media yang berbentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum (Mardiasmo, 2008:12).

Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah. Pendapatan Asli Daerah (PAD) menurut pasal 79 UU No. 22 tahun 2011.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan (Supomo, 1999:147). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *times series* dari tahun 2010-2014.

Sumber Data

Sumber data penelitian adalah dari mana diperoleh, diambil dan dikumpulkannya data. Dalam penelitian ini digunakan dua sumber

data yaitu:

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data utama yang diperoleh peneliti dengan cara mengamati tindakan para informan dan mewawancarai mereka, (Moelong, 2012:112). Untuk memperoleh data yang diperlukan maka peneliti berusaha mencari informasi.

Data yang dipakai atau digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa data time series periode 2004-2014. Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh dari peneliti dari subjek penelitiannya.

2. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau laporan yang telah tersedia (Azwar, 2009:90). Data yang dipergunakan meliputi:

- a. Data penerimaan retribusi pasar yang diperoleh dari dinas pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) Kota Surabaya. Data yang digunakan adalah dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014.
- b. Data Pajak Reklame perkapita diperoleh dari Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) Kota Surabaya. Data yang digunakan adalah data tahunan dari tahun 2010-2014
- c. Data Pendapatan Asli Daerah (PAD) diperoleh dari Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) Kota Surabaya. Data yang digunakan adalah data tahunan dari tahun 2010-2014

Tehnik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini melalui dua tahap penelitian, yaitu:

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari perusahaan, landasan teori dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dengan cara dokumentasi. Studi dilakukan antara lain dengan mengumpulkan data yang bersumber dari literatur-literatur,

bahan kuliah, dan hasil penelitian lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai masalah yang sedang dibahas.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan (DPPK) Kota Surabaya yang bersangkutan, baik melalui observasi, dan wawancara.

Penelitian Lapangan dilakukan dengan cara :

1. Wawancara adalah metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian.
2. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi.

Model Analisis

Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program *Excel* dan program *SPSS 20.0 for windows*. Menurut Sugiyono (2007:149), analisis regresi linier digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel *dependen* bila nilai variabel *independen* dinaikan/diturunkan. Penjelasan garis regresi menurut Supangat (2007, 325) Garis regresi adalah suatu garis yang ditarik diantara titik-titik sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk menaksir besarnya variabel yang satu berdasarkan variabel yang lain, dan dapat juga dipergunakan untuk mengetahui macam korelasinya (positif atau negatifnya).

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana hubungan pengaruh Retibusi Pasar dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Analisis regresi digunakan untuk

meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e.$$

Y = Variabel Pendapatan Asli Daerah (PAD)

a = konstanta regresi berganda.

b₁, b₂ = koefisien regresi.

X₁ = Retribusi Pasar

X₂ = Pajak Reklame

e = error (variabel bebas lain diluar model regresi).

Proses Pengolahan Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan perhitungan dari beberapa rumus-rumus matematik dan statistik berdasarkan pendapat dari beberapa pakar dan ahli yang telah banyak terbukti digunakan oleh peneliti-peneliti yang lain. Data dalam analisa ini dapat berupa suatu angka-angka dan juga dapat bukan merupakan angka dimana sebagai data pendukung dan mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel-variabel *independent* terhadap variabel dependen baik *parsial* maupun *simultan* maka dilakukan uji t dan uji F.

Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama atau simultan terhadap variable dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi F dengan 0,05

Uji statistik yang digunakan adalah $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ berarti tidak ada pengaruh antara retribusi pasar dan pajak reklame di JawaTimur terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Surabaya.

$$H_0: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$$

berarti ada pengaruh antara Retribusi Pasar dan pajak Reklame di JawaTimur terhadap

Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Surabaya

Daerah penerimaan dan penolakan H_0 dengan taraf signifikasi $\alpha = 5\%$ atau $\alpha = 0.05$ adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima bila signifikas $> 0,05$
2. H_0 diterima bila signifikasi $< 0,05$

Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk menguji signifikan masing-masing variabel. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai signifikasi t dengan 0,05

Adapun daerah h penerimaan dan penolakannya adalah:

Dengan taraf signifikasi 5% maka kriteria ujinya adalah:

1. H_0 diterima bila signifikas $> 0,05$
2. H_0 diterima bila signifikasi $< 0,05$

5. ANALISIS DATA

Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Surabaya

Kota Surabaya atau sering disebut sebagai kota pahlawan merupakan kota terbesar kedua setelah Ibu Kota Jakarta. Surabaya termasuk dalam kategori kota metropolitan, wajar karena kapasitas penduduk Surabaya yang sangat banyak kurang lebih mencapai 3 juta jiwa. Banyaknya penduduk menjadikan kota ini sebagai salah satu penggerak perekonomian negara yang cukup diperhitungkan, dan juga banyak pengusaha yang melirik pasar besar di Surabaya ini untuk membuka cabang baru atau membuka usaha perdananya. Dengan adanya pengusaha-pengusaha dan perusahaan-perusahaan besar disana penghasilan pajak daerah pun semakin meningkat.

Mendesaknya tuntutan akan kenaikan pendapatan daerah dari perpajakan seiring dengan kebutuhan belanja daerah untuk pembangunan daerah membuat setiap daerah berlomba-lomba untuk meningkatkan pendapatan yang didapat dari pajak. Permasalahan tersebut mampu dijawab dengan diikuti kenaikan penerimaan daerah dari perpajakan. Tak hanya dari perpajakan sebenarnya, masih ada pendapatan dari dana perimbangan keuangan yang digelontorkan oleh pemerintah. Namun setiap daerah tentunya ada program dan peningkatan khusus yang ingin dicapai, dan itu tentunya membutuhkan pembiayaan yang tidak sedikit.

Pajak reklame adalah salah satu pembentuk dari penerimaan pajak daerah yang memiliki kontribusi secara langsung terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sebagai salah satu sumber pemasukan dana yang dibutuhkan pemerintahan kota, tentunya diperlukan sebuah target. Untuk menentukan target dari penerimaan pajak, pemerintah tidak hanya sekedar menentukan berapa besar pendapatan dari pajak itu, harus ada beberapa alasan yang tepat. Ada evaluasi dari beberapa laporan pajak dari periode sebelumnya. Laporan tersebut sebagai bahan pertimbangan, apakah pajak daerah akan dinaikkan atau diturunkan.

Karena jika target terlalu tinggi, sedangkan keadaan real tidak memungkinkan, maka target dari penerimaan pajak tak akan berhasil dipenuhi. Penetapan target pajak dan retribusi daerah yang dilakukan oleh bidang pendapatan pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Surabaya, merupakan langkah pengambilan keputusan yang dilakukan oleh lembaga khususnya bidang pendapatan. Dimensi yang digunakan adalah dengan model teori rasionalisme dalam penetapan target. Model ini menggunakan cara melihat laporan keuangan terdahulu. Target pendapatan pada tahun-tahun mendatang dengan

melihat laporan keuangan terdahulu. Untuk mengetahui tabulasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Kota Surabaya untuk tahun anggaran 2010 sampai dengan 2014, dapat dilihat pada pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Pendapatan Daerah Tahun 2010 - 2014
(dalam Jutan Rupiah)

No	Uraian	2010	2011	2012	2013	2014
1	Pendapatan Asli Daerah	2.043.644	1.908.647	1.886.514	2.279.613	2.570.793
1	Pajak Daerah	1.624.321	1.850.053	1.076.159	2.255.370	2.449.631
2	Retribusi Daerah	260.446	262.710	18.940	240.740	264.814
3	Hasil Pengawasan dan Penertiban	65.015	82.516	78.794	84.902	92.425
4	Lain-Lain PAD yang sah	93.862	107.869	158.323	109.569	109.678
1	Dana Perimbangan	1.004.549	1.015.346	1.448.186	1.515.139	1.588.674
1	Dana Bagi Hasil Pajak	219.026	239.671	284.850	311.339	351.373
2	Bagi Hasil Bukan Pajak	5.599	7.812	9.241	10.165	11.182
3	Dana Alokasi Umum	679.450	701.363	1.099.803	1.138.257	1.169.634
3	Dana Alokasi Khusus	100.474	66.500	54.292	55.378	56.486
1	Lain-Lain Pendapatan yang sah	865.672	968.819	997.965	1.075.999	1.148.783
	Jumlah Pendapatan	3.913.865	4.287.314	4.978.367	5.281.718	5.654.006

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Surabaya (data diolah)

Dari sisi penerimaan estimasi Pendapatan Daerah Tahun 2010-2014 Kota Surabaya pada tahun 2010 sebesar Rp 2.043.644 milyar, pada tahun 2011 menurun sebesar Rp 1.908.647 Milyar kemudian ditahun 2012 terjadi penurunan sebesar Rp 1.886.514 Milyar kemudian pada tahun 2013 kembali pendapatan asli daerah mengalami kenaikan sebesar Rp 2.279.613 Milyar, kemudian pada tahun 2014 mengalami kenaikan lagi Sebesar Rp 2.570.793 Milyar penerimaan daerah yang berasal dari Pendapatan Asli Daerah merupakan yang terbesar menyumbang selama periode 2010-2014 sedangkan penerimaan yang berasal dari Dana Perimbangan yaitu sekitar 40% atau sekitar Rp 278,1 milyar dari sekitar Rp 464,8 milyar, sedangkan penerimaan lain sebesar Rp 11,7 milyar berasal dari sisa anggaran tahun lalu. Dari sisi pengeluaran, anggaran terbesar, diperuntukan bagi belanja rutin yaitu hampir sekitar 84% atau sekitar Rp 391,5 milyar, sedangkan untuk belanja pembangunan, dialokasikan hanya sebesar Rp 73,2 milyar atau sekitar 15%.

Dengan alokasi dana pembangunan yang cukup kecil dibandingkan dengan alokasi untuk belanja rutin, salah satu pertimbangan yang dipakai dalam menentukan kebijakan pengelolaan anggaran belanja.

Table 5.1.1
Target Dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya Tahun Anggaran 2010-2014 (Dalam Milyar)

Tahun	Target (PAD)	Realisasi (PAD)	%
2010	2.821.600	2.043.644	72%
2011	2.303.149	1.908.647	83%
2012	2.532.216	1.886.514	75%
2013	2.690.580	2.279.613	85%
2014	2.916.549	2.570.793	88%
	10.347.545	8.118.418	81%

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Surabaya (data diolah)

Berdasarkan Tabel 5.1.1 di atas dapat diketahui bahwa Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014, memiliki kecenderungan berfluktuasi, penerimaan/realisasi yang ditargetkan oleh Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya dapat tercapai 81%, yaitu tahun 2010 pendapatan asli daerah Kota Surabaya sebesar Rp 2.043.644 lalu menurun menjadi Rp 1.908.647 di tahun 2011, kemudian pada tahun 2012 kembali menurun menjadi Rp 1.886.514, lalu pada tahun 2013 meningkat menjadi Rp. 2.279.613, setelah itu pada tahun 2014 mengalami kenaikan menjadi Rp. 2.570.793 realisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya mempunyai arti bahwa Pendapatan Asli Daerah yang berfluktuasi yang dipungut oleh pemerintah kota atas semua pajak daerah kabupaten/kota.

Target dan Realisasi Penerimaan Retribusi Pasar di Kota Surabaya Tahun 2010-2014

Retribusi pasar merupakan pos retribusi yang cukup potensial karena memberikan kontribusi yang cukup besar bagi penerimaan daerah. Hal ini dikarenakan Kota Surabaya mengelola dan menarik retribusi dari 53 pasar tradisional. Dampaknya adalah memberikan tingkat konsumsi masyarakat Kota Surabaya seiring dengan meningkatnya pertumbuhan perekonomiannya. Perkembangan perekonomian tersebut harus didukung adanya fasilitas bagi masyarakat untuk mengadakan kegiatan ekonomi.

Table 5.1.2
Target Dan Realisasi Retribusi Pasar Kota Surabaya
Tahun Anggaran 2010-2014 (Dalam Rupiah)

Tahun	T a r g e t Retribusi Pasar	Realisasi Retribusi Pasar	%
2010	31.268.219.219	21.867.038.427	70%
2011	50.325.102.120	35.245.703.221	70%
2012	35.212.234.054	27.286.524.344	77%
2013	70.332.329.22	47.438.527.944	67%
2014	60.401.883.525	56.491.583.995	94%
	227.539.219.142	188.329.377.931	83%

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Surabaya (data diolah)

Tabel 5.1.2 menunjukkan kontribusi realisasi penerimaan retribusi pasar terhadap total realisasi retribusi daerah Kota Surabaya memiliki kecenderungan berfluktuasi dari tahun 2010-2014. Nilai terendah kontribusi retribusi pasar terhadap retribusi daerah terjadi pada tahun 2013 sebesar 67 persen. Selanjutnya terjadi peningkatan hingga pada tahun 2014 terjadi peningkatan kontribusi retribusi pasar terhadap retribusi daerah sebesar 94 persen, dimana angka

tersebut adalah yang terbesar dalam kurun waktu tahun 2010-2014.

Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Surabaya Tahun 2010-2014

Adanya kenanikan pendapatan yang diperoleh Kota Surabaya dalam sektor pendapatan, maka memungkinkan Kota Surabaya membuat target dalam setiap tahunnya. Dalam rekam jejaknya antara tahun 2010-2014 Kota Surabaya mengalami kenaikan dan penurunan, baik dari segi target dan realisasinya. Berikut adalah target dan realisasi pajak reklame kota surabaya tahun anggaran 2010-2014.

Table 5.1.3
Target dan Realisasi Pajak Reklame Kota Surabaya
Tahun Anggaran 2010-2014 (dalam Rupiah)

Tahun	T a r g e t	Realisasi	%
2010	121.705.063.200	117.613.027.717	81%
2011	110.232.362.100	90.232.362.728	82%
2012	147.003.027.000	98.705.063.186	80%
2013	124.216.004.000	106.146.474.640	85%
2014	150.300.000.510	124.300.629.650	83%
	653.456.456.810	536.997.557.921	82%

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Surabaya (data diolah)

Berdasarkan Tabel 5.1.3 dapat diketahui bahwa secara nominal, penerimaan pajak reklame rata-rata mengalami kecenderungan berfluktuasi dari tahun ke tahun meskipun ada tahun dimana penerimaan pajak reklame mengalami penurunan. Data menunjukkan bahwa penerimaan pajak reklame pada tahun 2010 sampai dengan 2014 penerimaan pajak reklame menunjukkan bahwa realisasi penerimaan rata-rata pencapaian adalah sebesar 82%. Menurut data diatas pada tahun 2010 sebesar 81%, peningkatan realisasi penerimaan PAD sebesar 82% untuk tahun anggaran 2011. Di tahun berikutnya terjadi penurunan lagi sebesar

80% pada tahun 2012 disebabkan kurang optimalnya penerimaan pajak reklame ini bisa disebabkan oleh kurang optimalnya kinerja pemerintah dalam melaksanakan pemungutan dan pengelolaan pajak reklame

Hal ini tentu menjadi sebuah pertanyaan, mengapa terjadi selisih yang cukup besar antara target dengan realisasi, apakah target yang ditetapkan terlalu tinggi ataukah kinerja dari aparat pemerintah yang kurang optimal. Jika dilihat dari segi potensi, Surabaya merupakan kota yang sangat potensial dalam menggali pajak reklame.

Pada Tahun 2013 penerimaan pajak reklame naik sebesar 85% karena belajar dari tahun 2012 yang menurun perolehannya, di tahun 2014 penerimaan pajak reklame kembali menurun sebesar 83% . Dalam hal ini salah satu masalahnya tertuju pada kurangnya pengawasan dan penertiban yang dilakukan oleh aparat pemerintah dalam penyelenggaraan dan pengelolaan pajak reklame, misalnya saja banyaknya reklame yang perijinannya sudah mati tetapi masih tetap saja terpasang, banyaknya reklame yang ilegal atau tidak dibayar pajaknya, selain itu adanya isu tentang Peraturan Walikota Nomor 56 tentang Nilai Sewa Reklame dan 57 tahun 2010 tentang Nilai Sewa Reklame yang menuai kritik dari berbagai kalangan legislatif maupun dari penyelenggara reklame karena dianggap merugikan para penyelenggara reklame akibat dari kenaikan tarif pajak reklame yang cukup besar hingga mencapai 38% (tiga puluh persen) yang berdampak pada menurunnya pendapatan dari sektor pajak reklame. Melihat kondisi ini, tentu saja tidak membuat pemerintah Kota Surabaya tinggal diam, Walikota Surabaya atas desakan dari berbagai kalangan, mulai mengoreksi peraturan-peraturan tentang penyelenggaraan reklame, hal ini dibuktikan dengan dikeluarkannya Peraturan Walikota Nomor 70 dan 71 tahun 2010 tentang

Nilai Sewa Reklame yang menggantikan Peraturan Walikota Nomor 56 dan 57 tahun 2010. Selain itu, pemerintah Kota Surabaya juga melakukan kegiatan penataan dan penertiban reklame. Pemerintah kota menggandeng beberapa pihak untuk bekerja sama dalam rangka penertiban ini, diantaranya dengan Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang (DCKTR), satpol PP, Dinas Pendapatan, Dinas Perhubungan, dan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP). Kegiatan penertiban reklame ini dilaksanakan dengan cara melakukan survey bersama-sama untuk mengecek keberadaan reklame yang diindikasikan bermasalah, misalnya jika terdapat reklame yang perijinannya sudah habis tapi masih terpasang maka reklame akan ditutup dengan kain atau dengan tanda silang dari satpol PP, selain itu reklame yang tidak berijin maka akan langsung dicopot.

Semua upaya ini dilakukan oleh pemerintah kota Surabaya dalam rangka mengoptimalkan pemungutan dan pengelolaan pajak reklame. Dampak positif dengan adanya kenaikan penerimaan ini diharapkan bisa memberikan angin segar bagi penerimaan pajak daerah dan kemudian berimbas pada Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya.

Uji Prasyarat Analisis/Uji Intrumen Analisis Regresi dan Korelasi

Analisis regresi digunakan dalam menguji seberapa besar pengaruh antara Retribusi Pasar dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya.

Hasil olahan data regresi, maka akan dapat disajikan persamaan *regresi* yaitu sebagai berikut:

$$Y = 42.1876 + 13.645 X_1 + 11.192X_2 + 8.2855$$

42.1876 = Variabel Independen yang terdiri dari Retribusi Pasar Dan

Pajak Reklame, mempunyai hubungan positif dengan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Nilai konstanta Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar 42.1876 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya Retribusi Pasar dan Pajak Reklame diberikan akan berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang dirasakan oleh masyarakat Kota Surabaya.

13.645 X_1 = Besarnya Koefisien Variabel Retribusi Pasar yang berarti setiap peningkatan variabel Retribusi Pasar sebesar 1%, maka Pendapatan Asli Daerah (PAD) meningkat 13.645 dengan asumsi variabel lainnya Pajak Reklame konstan.

11.192 X_2 = Besarnya Koefisien Variabel Pajak Reklame yang berarti setiap peningkatan variabel Pajak Reklame sebesar 1%, maka Pendapatan Asli Daerah (PAD) meningkat 11.192 dengan asumsi variabel lainnya Retribusi konstan.

Standar *error* sebesar 8.2855 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 8.2855.

Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni Retribusi Pasar dan Pajak Reklame berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya, Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah Variabel Retribusi Pasar sebesar 13.645.

Pengujian Hipotesis

Uji Pengaruh *Simultan* (F Test)

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel yang terdiri atas Retribusi Pasar dan Pajak Reklame serta bersama-sama terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya.

Tabel 5.3
Hasil Perhitungan Nilai F Test

A	N	O	V	A	a	
Model	Sum of Squares	d	f	Mean Square	F	Si g .
Regression	331220076484.535	2		165610038242.267	370.127	.003 ^b
Residual	894883170.265	2		447441585.133		
Total	33211495854.800	4				

a. Dependent Variable: Pendapatan Daerah

b. Predictors: (Constant), Retribusi Pasar, Pajak Reklame

Sumber : Data diolah Spss 20

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 370.127 dengan signifikansi sebesar 0,003 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel Retribusi Pasar Dan Pajak Reklame mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya.

Uji Pengaruh *Parsial* (T Test)

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial.

1. Variabel Retribusi Pasar

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Retribusi Pasar menunjukkan nilai t = 17.223 dengan nilai signifikansi sebesar 0.003 < 0,05. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Retribusi Pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Semakin besar Retribusi Pasar yang diberikan akan semakin tinggi pula Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya, sebaliknya semakin rendah Retribusi Pasar yang diberikan semakin rendah pula Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya.

2. Variabel Pajak Reklame

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel Pajak Reklame menunjukkan nilai $t = 13.674$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.005 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa variabel Pajak Reklame memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Semakin tinggi Pajak Reklame akan semakin tinggi pula Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya, sebaliknya semakin rendah Pajak Reklame maka semakin rendah pula Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya,

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square*

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R2*) yang diperoleh sebesar 0,673 Hal ini berarti 67,3% Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya dipengaruhi oleh Retribusi Pasar Dan Pajak Reklame sedangkan sisanya yaitu 32,7% Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari penjelasan di atas Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni Retribusi Pasar dan Pajak Reklame berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya

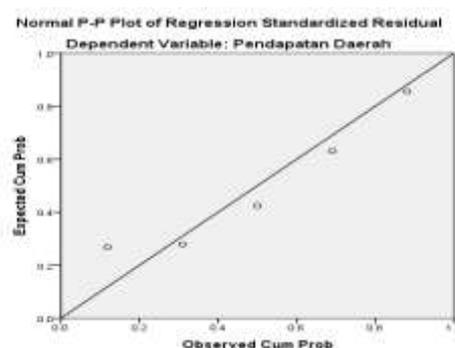
Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan perhitungan statistik regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, maka diadakan pengujian asumsi klasik. Untuk menguji kesalahan model *regresi* yang digunakan dalam penelitian, pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Uji Normalitas

Uji Normalitas residual bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2007:110). Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, maka dalam penelitian ini menggunakan uji statistik. Oleh sebab itu dalam penelitian ini menggunakan uji statistik.

Gambar 5.4.1.
Normal Probability Plot
(Hasil Pengujian Normalitas)



Sumber : Output spss

Berdasarkan Gambar 5.3.4 menunjukkan bahwa pada grafik normal plot terlihat titik-titik mengikuti garis diagonalnya hal ini menunjukkan bahwa data yang dipakai dalam penelitian ini

adalah normal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji *Multikolinieritas*

Tabel 5.4.2
Hasil Uji *Multikolinieritas*

M o d e l	Collinearity Statistics	
	Tolerance	V I F
(C o n s t a n t)		
1 Pajak Reklame	. 8 7 7	1 . 1 4 1
Retribusi Pasar	. 8 7 7	1 . 1 4 1

Sumber : Output spss 2016

Uji *multikolinearitas* ini diperlukan untuk menguji model regresi ditemukan adanya *korelasi* antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadinya *multikolinearitas*. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya masalah *multikolinearitas* adalah dengan melihat *VIF* bila nilai *VIF* kurang dari 10 dan nilai *tolerance* diatas 0.10, maka tidak terdapat gejala *multikolinearitas* dan begitu pula sebaliknya. Dari Tabel 5.4.2 di atas dapat diketahui nilai *variance inflation factor* (*VIF*) kedua variabel yaitu Retribusi Pasar (*X1*), Pajak Reklame (*X2*) adalah 1.141, 1.141, lebih kecil dari 5, sehingga bisa diduga bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan *multikolinearitas*.

Pembahasan Hasil Penelitian

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Retribusi Pasar dan Pajak Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (*PAD*) Kota Surabaya.

Pengaruh Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah (*PAD*)

Hasil pengujian diperoleh nilai *t* untuk variabel Retribusi Pasar menunjukkan nilai $t = 17.223$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ maka variabel Retribusi Pasar berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (*PAD*) Kota Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Retribusi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (*PAD*) Kota Surabaya.

Hasil penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan Murlan Suyanto (2010) Pengaruh Retribusi Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sidoarjo yang menyatakan bahwa Retribusi Pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (*PAD*) Kota Surabaya. Alasan ini diperkuat oleh teori oleh Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia arti kata retribusi adalah pengembalian, penggantian kerugian, pemungutan uang oleh pemerintah (kotrapaja dan sebagainya) sebagai balas jasa. Retribusi menurut undang-undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah pengertian retribusi daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (*PAD*)

Hasil pengujian diperoleh nilai *t* untuk variabel Pajak Reklame menunjukkan nilai $t = 13.674$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ maka variabel Pajak Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (*PAD*) Kota Surabaya. Nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Pajak Reklame memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (*PAD*) Kota Surabaya. Semakin tinggi penerimaan Pajak Reklame akan

semakin tinggi pula Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Menurut pasal 79 UU No. 22 tahun 2011 Pajak Reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan pembiayaan daerah atau Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Hasil penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan Faizah Wachdin (2010) Pengaruh Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya (Studi Pada Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya). Hasil uji disimpulkan model regresi linear yang dihasilkan cocok untuk melihat pengaruh pajak reklame dan pajak hiburan terhadap pendapatan asli daerah, hipotesis yang menyatakan Pajak Reklame berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya tidak teruji kebenarannya dan hipotesis yang menyatakan Pajak Hiburan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya teruji kebenarannya.

6. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 42.1876 + 13.645 X_1 + 11.192X_2$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresi adalah positif. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Retribusi Pasar dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya.

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Retribusi Pasar memiliki koefisien regresi sebesar 13.645 (bertanda positif) terhadap Pendapatan Asli Daerah

(PAD) Kota Surabaya (Y) dan nilai t hitung = 17.223 dengan nilai signifikansi sebesar $0.003 < 0,05$ maka variabel Retribusi Pasar berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Retribusi Pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya

2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Pajak Reklame X_2 memiliki koefisien regresi sebesar 11.192 X_2 (bertanda positif) terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya (Y) nilai t hitung = 13.674 dengan nilai signifikansi sebesar $0.005 < 0,05$ maka variabel Pajak Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa Pajak Reklame memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya.
3. Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa dari variabel bebas Retribusi Pasar dan Pajak Reklame berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya, Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah Variabel Retribusi Pasar dengan signifikansi regresi sebesar 13.645.
4. Nilai R square dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,673 Hal ini berarti 67.3% Hal ini berarti menunjukkan nilai sebesar 67.3% Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya dipengaruhi oleh gaya Retribusi Pasar dan Pajak Reklame, sedangkan 32.7% Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan kepada pihak terkait antara lain:

1. Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya:
Perlu melakukan pengawasan secara rutin terhadap reklame yang tidak memiliki ijin ataupun yang sudah habis masa pajaknya, perlu menambah petugas atau tenaga pengawas untuk melakukan peninjauan di lapangan, serta perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai prosedur dan kewajiban dalam penyelenggaraan reklame. Serta perlu adanya sosialisasi kepada masyarakat untuk membayar pajak dengan baik. Sedangkan untuk retribusi pasar agar pedagang Membayar retribusi pasar tepat waktu dan sesuai dengan tarif yang ditentukan agar tidak banyak tunggakan yang memberatkan pedagang dan mengurangi jumlah pendapatan pemerintah dari retribusi.
2. Masyarakat Kota Surabaya
Sebagai wajib pajak yang baik, sudah seharusnya wajib pajak reklame bertanggung jawab untuk membayar pajak atas setiap penyelenggaraan reklame yang dilakukannya serta melakukan penyelenggaraan reklame yang berdasarkan undang-undang dan peraturan yang berlaku, baik mulai dari perijinan, pembayaran pajak, sampai proses pembongkaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Perlu memperluas periode penelitian misalnya 10 tahun kebelakang serta perlu menambah variabel lain seperti seluruh pajak daerah, dana perimbangan dan lain-lain pendapatan yang sah untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan dilakukan pengujian secara parsial dan simultan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini Chandra Saktiani (2011) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Jembrana*
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revisi V). Jakarta: PT Rineka Cipta
- Devas 2013, *Pelaksanaan Otonomi Luas dan Isu Federalisme Sebagai Suatu Alternatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Falilla Amalia (2009) *Pengaruh Jumlah Industri, Jumlah Penduduk Dan PDRB Terhadap Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Yogyakarta*
- Hartono, 2010, *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Indonesia*, (surabaya: Bayumedia,
- Mardiasmo, 2009, *Perpajakan*, ANDI, Yogyakarta.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 *Tentang Pemerintah Daerah*. 2004.Surabaya: Diperbanyak oleh CV. Duta Nusindo.
- Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 *tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah*
- Undang – Undang Nomor 28 tahun 2009 *tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009, *Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*, akses 13 Juni 2012 < http://djkd.depdagri.go.id/download.php?namafile=46_1.pdf&jenis=produk hukum >
- Undang-undang Nomor 23 tahun 2014 *tentang Pemerintahan Daerah*
- Sugiyono, 2007, *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Peraturan Daerah Kota Surabaya, Nomor 4

- Tahun 2011, *Tentang Pajak Daerah*, akses 25 Juli 2012, 21:17,
<http://jdih.depdagri.go.id/files/KOTA_SURABAYA_4_2011.pdf >
- Peraturan Daerah Kota Surabaya, Nomor 10 Tahun 2009, *Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame*, akses 25 Mei 2016, 21:25,
<http://jdih.depdagri.go.id/files/KOTA_SURABAYA_10_2009.pdf >
- Peraturan Daerah Kota Surabaya, Nomor 12 Tahun 2008, *Tentang Pokok-pokok Pengelolaan Keuangan Daerah*, akses 15 Juni 2012, 13:59, <
<http://www.surabaya.go.id/regulasi/detail.php?catid=&id=25> >
- Peraturan Walikota Surabaya, Nomor 1 Tahun 2011, *Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 Tahun 2006 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame*, akses 25 Juli 2012, 21:23,
<http://jdih.surabaya.go.id/pdfdoc/perwali_535.pdf >
- Peraturan Walikota Surabaya, Nomor 1 Tahun 2011, *Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 Tahun 2006 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame*, akses 25 Juli 2012, 21:23, <
http://jdih.surabaya.go.id/pdfdoc/perwali_535.pdf >
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004, *Tentang Pemerintah Daerah*, akses 30 Juli 2012
<www.kpu.go.id/.../UU_32_2004_Pemerintahan%20Daerah >

