

mencapai target yang telah ditetapkan maka akan menghambat proses pembangunan.

Pendapatan asli daerah terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain.

Pajak daerah merupakan pajak yang dipungut oleh daerah seperti provinsi, kabupaten maupun kotamadya berdasarkan peraturan daerah masing-masing dan hasilnya digunakan untuk pembiayaan rumah tangga daerah masing-masing. Pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dipaksakan berdasarkan perundang-undangan yang berlaku yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah (Pasal 1 ayat 10 UU No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah).

Jenis-jenis pajak daerah terdiri dari pajak kendaraan bermotor, bea balik nama kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, pajak air permukaan, pajak rokok, pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parker, pajak air tanah dan pajak sarang burung walet.

Salah satu jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah Kota Kupang, yaitu pajak reklame. Besaran pajak reklame 6 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1. Data Realisasi pajak reklame Kota Kupang Tahun 2013-2018

Tahun	Pajak Reklame (Rp)
2013	1.287.491.000
2014	2.083.616.000
2015	2.644.429.000
2016	2.236.447.000
2017	2.440.949.000
2018	2.337.227.000

Sumber : BPS (2020)

Data diatas menjelaskan bahwa realisasi pajak reklame cenderung berfluktuatif. Hal ini disebabkan karena minimnya kesadaran masyarakat untuk membayar pajak reklame. Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang dipungut oleh Kabupaten/Kota atas penyelenggaraan reklame. Kota Kupang merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak masyarakat yang melakukan kegiatan bisnis secara produktif. Banyaknya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat di Kota Kupang membuat daerah ini ramai akan banyaknya penggunaan reklame. Reklame dipasang di lokasi yang strategis untuk memperkenalkan, menganjurkan dan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar oleh masyarakat umum kecuali pemerintah. Banyaknya penggunaan reklame yang terpasang membuat pajak reklame memiliki potensi dalam menyumbang peningkatan pendapatan asli daerah Kota Kupang.

Selain pajak daerah, salah satu sumber pendapatan asli daerah berasal dari jumlah industry. Menurut Sandi (2010) industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya. Menurut Sutrisno (2002) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame. Jumlah unit usaha berkaitan erat dengan pajak reklame yang dibuat industri karena dengan semakin banyak jumlah industri, maka akan semakin banyak papan reklame. Dalam kaitannya dengan jumlah industri, semakin meningkat jumlah industri maka akan meningkatkan PAD.

Penilaian tersebut sesuai dengan penilaian yang dilakukan oleh devas, dkk (1989), bahwa sebagian besar pemerintah daerah tingkat II (sekarang Kabupaten/kota) menarik pajak atas benda papan reklame di daerah. Pajak ini cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui. Jumlah industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame juga sangat berpengaruh dengan pendapatan PDRB, hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat menggunakan suatu memasang reklame agar dapat diketahui oleh masyarakat, hal tersebut dapat menambah jumlah penerimaan pajak itu sendiri. Bertambahnya jumlah industri yang memasangkan reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah pun meningkat. Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan melakukan penelitian tentang "Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame Dan Jumlah Industri Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kupang".

Permasalahan dari penelitian ini yakni bagaimana pengaruh pajak reklame dan jumlah industri terhadap pendapatan asli daerah di Kota Kupang ?

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui pengaruh pajak reklame dan jumlah industri terhadap pendapatan asli daerah di Kota Kupang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pajak Reklame

Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang dipungut oleh Kabupaten/Kota. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda alat, perbuatan, atau media yang bentuk corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersil 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 (UU No.28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27). Pengenaan pajak reklame

tidak mutlak ada pada seluruh daerah kabupaten / kota yang ada di Indonesia (Siahaan, 2010).

Objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame yang dikategorikan menjadi reklame. Objek pajak reklame meliputi :

- a) Reklame Papan/billboard
- b) Reklame Megatron/Videotron/Large Electronic Display (LED)
- c) Reklame Kain
- d) Reklame Melekat/Stiker
- e) Reklame Selebaran
- f) Reklame Berjalan termasuk Pendapatan Asli Daerah a kendaraan
- g) Reklame Udara
- h) Reklame Suara
- i) Reklame Film/Slide
- j) Reklame Peragaan

Beberapa penyelenggaraan reklame yang dikecualikan dalam objek pajak reklame menurut UU No.28 Tahun 2009, yaitu:

- a. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya;
- b. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan
- d. Tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut;
- e. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah provinsi atau pemerintah daerah; dan
- f. Penyelenggaraan reklame yang dipergunakan untuk keperluan amal, sosial, keagamaan dan politik.

2.2 Jumlah Usaha Industri

Menurut Sandi (2010) industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya

Industri menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1984 tentang perindustrian. Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Dalam sektor industri dibedakan atas tiga jenis industri yakni industri besar, industri sedang atau menengah, industri kecil dan rumah tangga. Dilihat dari segi jumlah tenaga kerja yang dimiliki, maka yang dimaksud dengan industri besar adalah yang memiliki tenaga kerja lebih dari 100 orang, industri sedang adalah industri yang memiliki tenaga kerja 20 hingga 90 orang, industri kecil yang memiliki jumlah tenaganya 5 sampai 19 orang dan industri yang memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang

disebut industri rumah tangga atau kerajinan rumah tangga. Menurut Sutrisno (2002:47) jumlah industri berpengaruh terhadap penerimaan Pajak Reklame. Penilaian tersebut sesuai dengan penilaian yang dilakukan oleh devas, dkk (1989), bahwa sebagian besar pemerintah daerah tingkat II (sekarang Kabupaten/kota) menarik pajak atas benda papan reklame di daerah. Pajak ini cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui. Jumlah industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame juga sangat berpengaruh dengan pendapatan PDRB, hal ini disebabkan apabila suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat menggunakan suatu memasang reklame agar dapat diketahui oleh masyarakat, hal tersebut dapat menambah jumlah penerimaan pajak untuk sendiri. Bertambahnya jumlah industri yang memasangkan reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan daerah pun meningkat.

2.3 Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan yang diperoleh daerah berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan” (UU No. 33 tahun 2004 pasal 1). pendapatan asli daerah merupakan pendapatan daerah yang berasal dari pemanfaatan potensi yang dimiliki daerah. “Dalam era otonomi daerah dituntut untuk mencari alternatif lain yang dapat dimanfaatkan secara optimal guna meningkatkan pendapatan daerah tidak terus bergantung pada pemerintah pusat dalam mendanai semua aktivitas di daerah” (Wahab,2009:31). Pemerintah Daerah diharapkan mampu menjalankan roda pemerintahan secara maksimal untuk melakukan pembangunan daerah dengan cara menggali sumber-sumber keuangan yang memanfaatkan potensi yang dimiliki daerah sebagai pendapatan asli daerah.

Pendapatan Asli Daerah menunjukkan kemampuan suatu daerah dalam menghimpun sumber-sumber dana untuk membiayai pengeluaran rutin. Jadi dapat dikatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah sebagai pendapatan rutin dari usaha-usaha Pemerintah Daerah dalam memanfaatkan potensipotensi sumber keuangan daerahnya sehingga dapat mendukung pembiayaan penyelenggaraan Pemerintah dan pembangunan daerah.

2.3 Hipotesis

Diduga secara simultan pajak reklame dan jumlah industry berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah (PAD).

3. METODOLOGI

3.1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel

- a) Pendapatan asli daerah adalah besarnya pendapatan daerah selama 5 tahun terakhir (2016-2020). Indikator : besarnya pendapatan tahun 2016-2021.
- b) Penerimaan pajak reklame adalah jumlah penerimaan pajak dari pemasangan reklame

oleh masyarakat selama 5 tahun terakhir (2016-2020). Indikator : besarnya penerimaan pajak reklame tahun 2016-2021.

- c) Jumlah industry adalah jumlah industri (industri besar, industri sedang atau menengah, industri kecil dan rumah tangga) yang terdaftar di Kota Kupang. Indikator : jumlah industri yang terdaftar di kota kupang tahun 2016-2021

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Kupang- Nusa Tenggara Timur mulai dari bulan Juni – September 2022.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini : Data primer dan data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang terdapat pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Kupang dan BPS – NTT. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara : Wawancara dan Dokumentasi.

3.4 Teknik Analisa data

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda (Sugiyono, 2010 ; 243) dengan rumusan sebagai berikut :

$$Y = 0 + 1X_1 + 2X_2 + e_i$$

Keterangan :

Y = variabel pendapatan asli daerah kota kupang

0 = konstanta

1 = koefisien regresi variabel penerimaan pajak reklame

2 = koefisien regresi variabel jumlah industri

X1 = variabel penerimaan pajak

X2 = variabel jumlah industri

e = faktor pengganggu/ error

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Priyanto (2009:61) Uji F ini untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

Persamaannya :

$$F_{hitung} = \frac{JKR / (k - 1)}{JKE / (n - k)}$$

Keterangan :

JKR = jumlah kuadrat regresi

JKE = jumlah kuadrat error

n = banyak responde

k = banyaknya variabel bebas

Taraf signifikansi = 0,05

Kaidah pengambilan keputusan :

- 1) Jika $F > (0,005)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- 2) Jika $F \leq \alpha (0,005)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji signifikan pengaruh masing-masing pajak reklame (X1) dan kontribusinya (X2) terhadap variabel pendapatan asli daerah (Y).

Supranto (2006:61) menyatakan formulasi uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan :

bi = koefisien regresi

Sbi = simpangan baku

Taraf signifikansi = 0,05

Kaidah pengambilan keputusan :

- 1) Jika $t > (0,005)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- 2) Jika $t \leq (0,005)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui sumbangan/kontribusi secara bersama-sama semua variabel bebas pajak reklame (X1) dan kontribusinya (X2) terhadap variabel pendapatan asli daerah (Y) dapat dilihat pada koefisien determinasi (R^2). Sugiyono (2004) menyatakan formulasi untuk menentukan nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT} \times 100\%$$

Keterangan :

R2 : Koefisien determinasi

JKR : jumlah kuadrat regresi

JKT : Jumlah Kuadrat Total.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang

Pendapatan asli daerah dipengaruhi oleh pajak reklame. Hasil analisis Pengaruh Pajak Reklame Terhadap pendapatan asli daerah di Kota Kupang dapat dilihat Pendapatan Asli Daerah a tabel berikut Model regresi berdasarkan hasil analisis dapat dilihat pada fungsi berikut :

$$Y = 9.826E10 + 32.409 X_1$$

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Model Pajak Reklame di Kota Kupang, 2021.

No.	Variabel	Coef.	Std. Error	t-Stat	Sig.
1	C(bo)	9.826E10	6.136E9	16.013	.001
2	Pajak Reklame (X1)	32.409	2.818	11.502	.001
3	R-squared			.989	
4	Adjusted R-squared			.978	
5	Std. Error of the Estimate			8.38579E9	
6	F-statistic			132.291	
7	Prob (F-statistic)			.001a	

Sumber : Analisis Data Primer, 2022.

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 132.291 lebih besar dari nilai F tabel Pendapatan Asli Daerah a tingkat kepercayaan 99 %. Hal ini berarti bahwa pendapatan asli daerah oleh pajak reklame.

Besarnya keragaman variabel pendapatan asli daerah yang dapat dijelaskan oleh variabel pajak reklame dapat dilihat dari besaran nilai koefisien

determinasi (R²) yakni sebesar 0.989 ini berarti bahwa 98,90 % keragaman variabel penerimaan pendapatan asli daerah dapat dijelaskan oleh keragaman variabel pajak reklame. sedangkan 1,1 % diterangkan oleh variabel lain diluar model.

Untuk mengetahui pengaruh parsial dari variabel pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah menggunakan uji t. hasil analisis menunjukkan bahwa nilai uji t (/2) variabel pajak reklame mempengaruhi pendapatan asli daerah pendapatan Asli Daerah a tingkat kepercayaan 99 %.

Hasil Analisis menunjukkan bahwa nilai b₀ bernilai positif 9.826E10 yang berarti bahwa Pendapatan Asli Daerah a saat pajak reklame tidak diperhitungkan atau sama dengan nol maka pendapatan asli daerah sebesar 9.826e10. Nilai koefisien regresi b₁ sebesar positif 32.409 hal yang berarti bahwa pajak reklame meningkat sebesar 1 satuan maka pendapatan asli daerah akan meningkat sebesar 32.409 satuan.

4.2 Pengaruh Jumlah Industri terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang

Pendapatan asli daerah dipengaruhi oleh jumlah industri. Hasil analisis Pengaruh jumlah industri terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang dapat dilihat pada tabel 3.

Model regresi berdasarkan hasil analisis dapat dilihat pada fungsi berikut :

$$Y = 9.711E11 + 6.822X1$$

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Jumlah Industri Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang, 2021.

No	Variabel	Coef.	Std. Error	t-Stat.	Sig.
1	C(bo)	9.711E11	1.852E11	5.242	.014
2	Jumlah industry (X1)	6.822	1.951E9	3.496	.040
3	R-squared				.896a
4	Adjusted R-squared				.803
5	Std. Error of the Estimate				2.49421E11
6	F-statistic				12.225
7	Prob (F-statistic)				.040a

Sumber : Analisis Data Primer, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 12.225 lebih besar dari nilai F tabel pada tingkat kepercayaan 95 %. Hal ini berarti bahwa pendapatan asli daerah dipengaruhi oleh jumlah industri.

Besarnya keragaman variabel pendapatan asli daerah yang dapat dijelaskan oleh variabel jumlah industri dapat dilihat dari besaran nilai koefisien determinasi (r²) yakni sebesar 0.896 ini berarti bahwa 89,60 % keragaman variabel penerimaan pendapatan asli daerah dapat dijelaskan oleh keragaman variabel pajak reklame. Sedangkan 10,4 % diterangkan oleh variabel lain diluar model.

Untuk mengetahui pengaruh parsial dari variabel jumlah industri terhadap pendapatan asli daerah menggunakan uji t. Hasil analisis

menunjukkan bahwa nilai uji t (/2) variable jumlah industri mempengaruhi pendapatan asli daerah pada tingkat kepercayaan 95 %.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai b₀ bernilai positif 9.711E-11 yang berarti bahwa pada saat jumlah industri tidak diperhitungkan atau sama dengan nol maka pendapatan asli daerah sebesar 9.711e11. Nilai koefisien regresi b₁ sebesar positif 6.822 hal yang berarti bahwa jumlah industri meningkat sebesar 1 satuan maka pendapatan asli daerah akan meningkat sebesar 6.822 satuan.

4.3 Pengaruh pajak reklame dan jumlah industri terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang

Pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang sangat potensial dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli daerah. Pajak reklame diharapkan mampu memberikan peran yang maksimal untuk pembangunan perekonomian dan mensukseskan kemajuan daerah. Pajak reklame juga diharapkan mampu memperkokoh pondasi pembangunan nasional nantinya dalam jangka panjang.

Pemerintah dan pelaku usaha berkomitmen untuk bersama-sama mewujudkan pembangunan industri nasional yang berkelanjutan. “Strategi pembangunan industri diwujudkan dengan sinergi antara pemerintah dan seluruh *stakeholders* termasuk dunia usaha dalam menjamin keberlangsungan industri di masa depan. upaya bersama ini dilaksanakan karena sektor manufaktur konsisten memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi. Selain berperan penting menjadi penggerak ekonomi, industri juga membawa *multiplier effect* melalui peningkatan terhadap nilai tambah bahan baku dalam negeri, penyerapan tenaga kerja lokal, dan penerimaan devisa

Pendapatan asli daerah dipengaruhi oleh pajak reklame dan jumlah industri. Hasil analisis pengaruh pajak reklame dan jumlah industri terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang dapat dilihat pada tabel dibawah Model regresi berdasarkan hasil analisis dapat dilihat pada fungsi berikut :

$$Y = 1.040E10 + 42.634X1 + 4.242X2$$

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Pengaruh pajak reklame dan jumlah industri Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Kupang, 2021.

No.	Variabel	Coef.	Std. Error	t-Stat.	Sig.
1	C(bo)	1.040E10	1.644E10	6.326	.092
2	Pajak reklame (X1)	42.634	1.343	31.73	.001
3	Jumlah industry (X2)	4.242	2.281E7	35.95	.010
4	R-squared				.999a
5	Adjusted R-squared				.998
6	Std. Error of the Estimate				2.50721E10
7	F-statistic				532.636
8	Prob (F-statistic)				.002a

Sumber : Analisis Data Primer, 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 532.636 lebih besar dari nilai F tabel pada tingkat kepercayaan 99 %. Hal ini berarti bahwa Pendapatan Asli Daerah secara bersama-sama dipengaruhi oleh pajak reklame dan jumlah industri.

Besarnya keragaman variabel pendapatan asli daerah yang dapat dijelaskan oleh variabel pajak reklame dan jumlah industri dapat dilihat dari besaran nilai koefisien determinasi (R^2) yakni sebesar 0.999 ini berarti bahwa 99,90 % keragaman variabel penerimaan pendapatan asli daerah dapat menjelaskan oleh keragaman variabel pajak reklame. Sedangkan 0,1 % diterangkan oleh variabel lain diluar model.

Untuk mengetahui pengaruh parsial dari variabel pajak reklame dan jumlah industri terhadap pendapatan asli daerah menggunakan uji t. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai uji t ($t_{\alpha/2}$) variabel pajak reklame mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah pada tingkat kepercayaan 99 %. Sedangkan variabel jumlah industri mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah pada tingkat kepercayaan 95 %.

Hasil Analisis menunjukkan bahwa nilai b_0 bernilai positif 1.040E10 yang berarti bahwa Pendapatan Asli Daerah a saat pajak reklame dan jumlah industri tidak diperhitungkan atau sama dengan nol maka pendapatan asli daerah sebesar 1.040E10. Nilai koefisien regresi b_1 sebesar positif 42.634, hal yang berarti bahwa pajak reklame meningkat sebesar 1 satuan maka pendapatan asli daerah akan meningkat sebesar 42.634 satuan. Hal ini senada dengan penelitian Hoirunnisyah (2014), yang menjelaskan bahwa hubungan pajak reklame mempengaruhi pendapatan asli daerah maka pengaruhnya dinilai positif. maksudnya semakin tinggi jumlah pajak reklame maka akan menyebabkan semakin tinggi pula jumlah pendapatan asli daerah.

Nilai koefisien regresi b_2 sebesar positif 4.242, hal yang berarti bahwa pajak reklame meningkat sebesar 1 satuan maka pendapatan asli daerah akan meningkat sebesar 4.242 satuan. Hal ini senada dengan penelitian Lokang dan Yustina Lastri (2016), menjelaskan bahwa hasil estimasi uji statistik jika diuji secara individual jumlah perusahaan, jumlah penduduk, dan pengeluaran pemerintah secara individu berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah, jika diuji secara bersama-sama jumlah perusahaan, jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah, dan dari hasil estimasi model yang ditaksir variabel pendapatan asli daerah mampu dijelaskan oleh jumlah perusahaan, jumlah penduduk dan pengeluaran pemerintah.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Pengaruh parsial dari variabel pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah menggunakan uji t. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai uji t ($t_{\alpha/2}$) variabel pajak reklame mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah pada tingkat kepercayaan 99 %.
2. Pengaruh parsial dari variabel jumlah industri terhadap pendapatan asli daerah menggunakan uji t. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai uji t ($t_{\alpha/2}$) variabel jumlah industri mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah pada tingkat kepercayaan 95 %.
3. Pendapatan asli daerah secara simultan dipengaruhi oleh pajak reklame dan jumlah industri

5.2. Saran

Bagi pemerintah diharapkan dapat membuat regulasi tentang pemungutan pajak reklame secara online, pemerintah juga dapat mendorong industry kecil dan industry rumah tangga untuk melakukan promosi, dan diperlukan penelitian lanjutan tentang pajak reklame secara online misalnya seperti di iklan di media social (Facebook, whatsapp, dll).

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Tjahjono dan Muhammad Fakhri Husein. (2000). *Perpajakan*. Edisi Revisi, AMP YKPN, Yogyakarta
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Arge M. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Yogyakarta Tahun 2001-2015* . Skripsi Fakultas Ekonomi Yogyakarta-Universitas Islam Indonesia.
- Brotodihardjo, R, Santoso. (1991). "Pengantar Ilmu Hukum Pajak". Bandung: PT. Eresco
- Devas, Nick. (1989). *Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia*. Jakarta : UI. Press.
- Hoirunnisyah.(2014). *Pengaruh Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Palembang*. Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
- Indriyawan dan Wantara.(2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kabupaten Klaten Tahun 2000-2013*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Lokang, Yustina Lastri (2016) *Pengaruh Jumlah Perusahaan, Jumlah Penduduk Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Provinsi Jawa Tengah Tahun 1985-2014*. S1 thesis, UAJY
- Mardiasmo. (2003). *Perpajakan*. Yogyakarta: ANDI
- Marihot P Siahaan. (2005). *Pajak dan Retribusi Daerah*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Munawar Ismail. (2001). *Pendapatan Asli Daerah Dalam Otonomi Daerah*, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.
- Munawir. (2000). *Perpajakan*, Edisi keempat, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta.
- Muqodim. (1999). *Perpajakan Buku Satu*. Yogyakarta : UII Press
- Musgrave. (1993). *Keuangan Negara Dalam Teori dan Praktek, edisi V*. Jakarta : Erlangga.
- Prakosa, Kesit Bambang. (2005). *Pajak dan Retribusi*. Yogyakarta : UII Press.
- Rochmat Soemitro. (1990). *Asas dan Dasar Perpajakan I*, Bandung: Penerbit PT. Eresco.
- Sandi, I Made.2010. *Rebuplik Indonesia Geografi Regional*. Jakarta: Puri Margasari.
- Santoso Siggih. (2000). *SPPS Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Elex Media Computindo.
- Sudiyono. (2004). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sugiyono. (2004). *Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Alfabeta.
- Sunarto. (2005). *Pajak dan Retribusi Daerah*. Yogyakarta: Amus Yogyakarta dan Citra Pustaka
- Suparmoko, M. (2002). *Ekonomi Publik, Untuk Keuangan dan Pembangunan Daerah*. Andi. Yogyakarta
- Sripradita, dkk.(2014).*Analisis Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Studi Pendapatan Asli Daerah a Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Kediri)*. Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Sutrisno, P.H. (2002). *Dasar-Dasar Kebijakan Ekonomi dan Kebijakan Fiskal*. Yogyakarta : BPFE.
- Thomas Sumarsan. (2010). *Perpajakan Indonesia: Pedoman Perpajakan yang Lengkap Berdasarkan Undang-undang Terbaru*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Yusuf Yuslaidar. (2014). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Banda Aceh*. Tesis –Universitas Banda Aceh

Peraturan perundang-undangan

- Undang-Undang No. 32 tahun 2004 tentang Program Pembangunan Nasional.
- Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1984 tentang perindustrian