ANALISIS PENGARUH PAJAK REKLAME DAN PAJAK HIBURAN TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA JAMBI PERIODE 2019-2024

Bella Savitri Hulu[1], Haviz Taufik[2], Aditya Pradana[3]
[1,2,3] Universitas Adiwangsa Jambi
Alamat e-mail : savitribella050@gmail.com , Haviz.jbi@gmail.com , adityapradana.iaaa@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the development, contribution level, and effectiveness of Advertising Tax and Entertainment Tax on Regional Original Income (PAD) in Jambi City during the 2019–2024 period. The research method used is a quantitative method with a descriptive and explanatory verification approach. The sample was determined using thepurposive samplingwith a focus on the realization of targets and revenues from Advertising Tax, Entertainment Tax, and the total PAD of Jambi City. Data analysis tools used include contribution ratio analysis, effectiveness ratio analysis, and descriptive statistical analysis with the help of SPSS software. The results of the study indicate that the contribution of Advertising Tax and Entertainment Tax to the Regional Original Income (PAD) of Jambi City during the 2019–2024 period is categorized as "Very Low." Advertising Tax contributed an average of 2.68%, while Entertainment Tax contributed an average of 2.99%, so these two sectors have not become the main source of regional PAD formation. Meanwhile, in terms of effectiveness, both types of taxes showed quite good performance although fluctuating. The effectiveness of Advertising Tax ranged from the category of ineffective (the lowest 27% in 2023) to very effective (the highest 114% in 2019 and 104% in 2024). On the other hand, the effectiveness of Entertainment Tax declined sharply due to the impact of the COVID-19 pandemic in 2020 to the ineffective category (31%), but managed to recover as the economy improved and returned to the effective category in the following years (reaching 90% in 2024).

Keywords: *Advertising Tax, Entertainment Tax, Regional Original Income (PAD), Contribution, Effectiveness.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan, tingkat kontribusi, serta tingkat efektivitas Pajak Reklame dan Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Jambi selama periode tahun 2019–2024. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif eksplanatori. Penentuan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling* dengan fokus pada realisasi target dan penerimaan Pajak Reklame,

Pajak Hiburan, serta total PAD Kota Jambi. Alat analisis data yang digunakan meliputi analisis rasio kontribusi, analisis rasio efektivitas, serta analisis statistik deskriptif dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Hiburan terhadap PAD Kota Jambi selama periode 2019–2024 tergolong dalam kategori "Sangat Kurang". Pajak Reklame memberikan kontribusi rata-rata sebesar 2,68%, sedangkan Pajak Hiburan memberikan kontribusi rata-rata sebesar 2,99%, sehingga kedua sektor ini belum menjadi sumber utama pembentuk PAD daerah. Sementara itu, dari sisi efektivitas, kedua jenis pajak menunjukkan kinerja yang cukup baik meskipun berfluktuasi. Efektivitas Pajak Reklame berkisar antara kategori tidak efektif (terendah 27% pada tahun 2023) hingga sangat efektif (tertinggi 114% pada tahun 2019 dan 104% pada tahun 2024). Di sisi lain, efektivitas Pajak Hiburan sempat merosot tajam akibat dampak pandemi COVID-19 pada tahun 2020 hingga berada pada kategori tidak efektif (31%), namun berhasil pulih seiring membaiknya perekonomian dan kembali masuk dalam kategori efektif pada tahun-tahun berikutnya (mencapai 90% pada tahun 2024).

Kata Kunci: Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pendapatan Asli Daerah (PAD), Kontribusi, Efektivitas.

A. Pendahuluan

Pelaksanaan otonomi daerah di Indonesia telah menyebabkan perubahan berarti dalam pengelolaan keuangan daerah, di mana pemerintah daerah kini memiliki kekuasaan yang luas untuk mengatur sumber pendapatannya secara mandiri. Namun, dalam realitasnya, banyak daerah masih mengalami masalah dengan rendahnya kemandirian fiskal, yang tercermin dari tingginya ketergantungan pada dana transfer dari pemerintah pusat. Kondisi ini menunjukkan bahwa desentralisasi fiskal belum sepenuhnya berhasil dalam mengoptimalkan potensi daerah. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari dan Rahayu (2022) yang menyatakan bahwa tingkat kemandirian fiskal daerah di Indonesia masih rendah karena kontribusi PAD terhadap total pendapatan daerah belum maksimal. Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah ukuran utama untuk menilai sejauh mana sebuah daerah dapat mandiri secara finansial dalam konteks otonomi daerah. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa pajak daerah memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan PAD dan mencerminkan kapasitas fiskal daerah dalam mendukung pertumbuhan ekonomi (Sari dan Putra, 2020; Hidayat, 2019).

Salah satu kategori pajak daerah yang berpotensi dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pajak iklan. Pajak ini berkaitan langsung dengan aktivitas promosi bisnis yang berkembang seiring dengan pertumbuhan sektor perdagangan dan layanan di suatu wilayah. Meskipun demikian,

berbagai studi menunjukkan bahwa kontribusi pajak iklan terhadap PAD masih tergolong kecil jika dibandingkan dengan jenis pajak lainnya, seperti pajak restoran dan pajak hotel. Penyebabnya adalah rendahnya tingkat kepatuhan dari wajib pajak serta masih adanya iklan ilegal yang tidak dicatat secara optimal oleh pemerintah daerah (Prasetyo, 2021; Wulandari dan Dewi, 2020). Di sisi berbeda, pajak hiburan menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah yang cukup menjanjikan, khususnya di kawasan perkotaan dengan banyaknya kegiatan hiburan. Pajak hiburan meliputi berbagai jenis aktivitas seperti bioskop, karaoke, konser, dan tempat rekreasi lainnya. Studi sebelumnya mengungkapkan bahwa pajak hiburan biasanya memberikan kontribusi yang lebih signifikan daripada pajak reklame, tetapi sifatnya tidak tetap karena sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi dan kemampuan beli masyarakat (Rahmawati, 2020; Saputra dan Arifin, 2021).

Fenomena yang terjadi antara tahun 2019 hingga 2021 menunjukkan adanya penurunan yang signifikan dalam pendapatan dari pajak hiburan akibat adanya pandemi COVID-19 yang membatasi berbagai kegiatan masyarakat. Kebijakan untuk membatasi interaksi sosial membuat banyak industri hiburan mengalami penurunan atau bahkan penutupan sementara, sehingga dampaknya langsung terasa pada pendapatan asli daerah. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pandemi memiliki dampak yang sangat negatif bagi pendapatan pajak daerah, terutama pada pajak hiburan yang sangat bergantung pada kegiatan fisik masyarakat (Kurniawan, 2021; Lestari, 2022). Memasuki tahun 2022 hingga 2024, ekonomi mengalami perbaikan yang mendorong aktivitas masyarakat, termasuk dalam bidang hiburan. Ini berpengaruh terhadap naiknya penerimaan pajak dari sektor hiburan dan secara tidak langsung meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Temuan penelitian mengindikasikan bahwa pajak reklame memberikan sumbangan yang cukup minim terhadap PAD disebabkan oleh rendahnya tingkat kepatuhan dari para wajib pajak serta pengawasan yang kurang ketat dari pemerintah daerah.

Tabel 1.1 Data PAD Kota Jambi Tahun 2019-2024

Tahun	Anggaran	Realisasi	Presentase %
2019	381.743.685.000	393.429.595.384	103,06 %
2020	369.594.193.000	355.674.818.034	96,23 %
2021	454.001.834.233	384.730.643.791	84,74 %
2022	479.170.812.838	437.025.956.388	91,20 %
2023	541.087.970.969	448.460.640.789	82,88 %
2024	545.539.002.000	454.903.547.482	83,39%.

Sumber: Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Kota Jambi (2019–2024)

Berdasarkan data Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) Kota Jambi tahun 2019–2024, kinerja Pendapatan Asli Daerah (PAD) menunjukkan dinamika yang cukup fluktuatif.

Pada tahun 2019, realisasi PADmencapai Rp393.429.595.384 dari target Rp381.743.685.000 dengan persentase 103,06%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja PAD pada tahun tersebut sangat baik karena mampu melampaui target yang telah ditetapkan. Memasuki tahun 2020, realisasi PAD menurun menjadi Rp355.674.818.034 dari target Rp369.594.193.000 dengan capaian 96,23%. Penurunan ini mengindikasikan adanya tekanan terhadap penerimaan daerah, yang umumnya disebabkan oleh melemahnya aktivitas ekonomi.

Pada tahun 2021, meskipun secara nominal realisasi meningkat menjadi Rp384.730.643.791, persentase capaian justru menurun menjadi 84,74% dari target Rp454.001.834.233. Hal ini menunjukkan bahwa target yang ditetapkan cukup tinggi, namun belum dapat diimbangi dengan realisasi yang optimal. Selanjutnya, pada tahun 2022 terjadi peningkatan realisasi PAD menjadi Rp437.025.956.388 dengan capaian 91,20% dari target Rp479.170.812.838. Kondisi ini mencerminkan adanya perbaikan dalam kinerja pendapatan daerah, meskipun belum sepenuhnya mencapai target. Pada tahun 2023, realisasi PAD kembali meningkat menjadi Rp448.460.640.789. Namun, persentase capaian menurun menjadi 82,88% karena target yang ditetapkan lebih tinggi, yaitu Rp541.087.970.969. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan realisasi belum mampu mengimbangi kenaikan target secara signifikan. Dan pada tahun 2024 realisasi PAD tercatat sebesar Rp454.903.547.482 dari target Rp545.539.002.000 dengan capaian 83,39. Hasil tersebut mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya.

Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa kinerja PAD Kota Jambi cenderung berfluktuasi, dengan capaian terbaik terjadi pada tahun 2019. Setelah itu, terjadi penurunan pada periode 2020–2021, diikuti dengan pemulihan bertahap pada tahun 2022–2023, meskipun belum mencapai target. Hal ini menegaskan pentingnya optimalisasi pengelolaan sumber-sumber PAD agar realisasi dapat lebih konsisten dan mampu memenuhi target yang telah ditetapkan.

Dalam konteks Kota Jambi, pertumbuhan sektor jasa dan perdagangan yang sangat cepat seharusnya dapat mendorong peningkatan pendapatan dari pajak reklame. Namun, penerimaan pajak reklame sering kali belum maksimal karena berbagai masalah seperti kurangnya pengawasan, sistem pendataan yang tidak terintegrasi, serta rendahnya kesadaran dari wajib pajak. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa efektivitas pemungutan pajak daerah sangat ditentukan oleh sistem administrasi

dan tingkat kepatuhan para wajib pajak (Yuliana, 2020; Handayani dan Sari, 2021). Selain itu, terdapat perbedaan antara potensi dan pencapaian penerimaan pajak daerah di Kota Jambi. Walaupun potensi dari pajak reklame dan hiburan cukup signifikan, tetapi belum sepenuhnya dimanfaatkan dengan maksimal. Situasi ini mencerminkan adanya ketidakefisienan dalam pengelolaan pajak daerah. Penelitian sebelumnya mengemukakan bahwa untuk mengoptimalkan potensi pajak daerah dibutuhkan strategi yang tepat, seperti digitalisasi sistem perpajakan serta peningkatan pengawasan.

Secara bersamaan, pajak reklame dan pajak hiburan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), meskipun kontribusi dari masing-masing berbeda. Pajak reklame cenderung memberikan hasil yang stabil namun dalam jumlah kecil, sementara pajak hiburan lebih besar tetapi bervariasi. Oleh karena itu, fenomena yang muncul menunjukkan bahwa meskipun pajak reklame dan pajak hiburan memiliki peluang besar untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi, masih ada berbagai masalah dalam pengelolaannya. Maka dari itu, diperlukan langkah-langkah untuk mengoptimalkan kondisi ini dengan meningkatkan kepatuhan para wajib pajak, memperkuat sistem pengawasan, serta memanfaatkan teknologi dalam proses pemungutan pajak. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa meningkatkan efektivitas dalam pengelolaan pajak daerah akan langsung berpengaruh pada peningkatan PAD dan kemandirian fiskal daerah (Rahman, 2021; Utami dan Prakoso, 2022).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan fokus pada penelitian deskriptif dan *verifikatif eksplanatori*. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan serta dampak antara variabel independen, yaitu pajak reklame dan pajak hiburan, terhadap variabel dependen yang merupakan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Jambi. Data yang digunakan berupa angka yang dianalisis menggunakan metode statistik agar hasil penelitian dapat diuji secara objektif dan empiris.

Penelitian ini dilakukan Alamat Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) Kota Jambi terletak di Jl. Jend. Basuki Rahmat, Kelurahan Paal Lima, Kecamatan Kota Baru, Kota Jambi 36129, Provinsi Jambi.Penelitian ini menerapkan gabungan dari tiga metode pengumpulan data, yaitu dokumentasi, observasi, dan penelitian arsip fiskal, untuk meningkatkan ketepatan dan keandalan data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Indikator	Pajak Reklame (X1)	Pajak Hiburan (X2)	Pendapatan Asli Daerah (PAD)
Mean	10.879.999.460	12.583.525.310	412.369.160.449
Maximum	12.383.626.667	17.100.000.000	454.903.547.482
Minimum	9.199.744.157	4.996.182.012	355.674.818.035
Std. Dev.	1.260.473.557	5.681.082.027	40.142.169.730

Sumber: Output SPSS Ver 30, data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, rata-rata penerimaan Pajak Reklame Kota Jambi selama tahun 2019–2024 sebesar Rp10.879.999.460 dengan standar deviasi Rp1.260.473.557, yang menunjukkan penerimaannya relatif stabil meskipun mengalami fluktuasi. Pajak Hiburan memiliki rata-rata penerimaan sebesar Rp12.583.525.310 dengan standar deviasi Rp5.681.082.027, yang mengindikasikan variasi penerimaan cukup tinggi akibat pengaruh kondisi ekonomi dan aktivitas masyarakat, terutama dampak pandemi Covid-19 pada tahun 2020–2021. Sementara itu, Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi memiliki rata-rata sebesar Rp412.369.160.449 dengan standar deviasi Rp40.142.169.730, yang menunjukkan adanya variasi penerimaan yang cukup besar karena dipengaruhi oleh berbagai sumber pendapatan daerah, seperti pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

2. Analisis Kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD

Tabel 3 Kontribusi Pendapatan Pajak Reklame Kota Jambi Tahun 2019-2024.

Tahun	Kontribusi	Kategori
2019	3,15	Sangat Kurang
2020	3,36	Sangat Kurang
2021	3,01	Sangat Kurang
2022	2,34	Sangat Kurang
2023	2,05	Sangat Kurang

2024	2,19	Sangat Kurang

Sumber: Output SPSS Ver 30, data diolah, 2026

Berikut analisis perhitungan kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi Tahun 2019–2024 dengan hasil:

1. Hasil Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2019

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp12.383.626.667}{Rp393.420.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}03148 \times 100\% = 3{,}15\%$$

2. Hasil Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2020

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp11.942.226.852}{Rp355.674.818.035} \times 100\%$$
$$= 0{,}03358 \times 100\% = 3{,}36\%$$

3. Hasil Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2021

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp11.566.179.668}{Rp384.730.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}03006 \times 100\% = 3{,}01\%$$

4. Hasil Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2022

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp10.206.802.989}{Rp437.025.956.388} \times 100\%$$
$$= 0{,}02335 \times 100\% = 2{,}34\%$$

5. Hasil Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2023

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp9.199.744.157}{Rp448.460.640.789} \times 100\%$$
$$= 0{,}02051 \times 100\% = 2{,}05\%$$

5. Hasil Kontribusi Pajak Reklame Tahun 2024

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp9.981.416.423}{Rp454.903.547.482} \times 100\%$$
$$= 0{,}02194 \times 100\% = 2{,}19\%$$

Berdasarkan hasil analisis, kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi tahun 2019–2024 berkisar antara 2,05% hingga 3,36% dan seluruhnya termasuk kategori sangat kurang, sehingga belum memberikan sumbangan yang signifikan terhadap PAD. Kontribusi tertinggi terjadi pada tahun 2020 sebesar 3,36%, sedangkan yang terendah pada tahun 2023 sebesar 2,05%.

Rendahnya kontribusi ini disebabkan oleh terbatasnya jumlah objek reklame, peralihan promosi ke media digital, serta belum optimalnya pendataan dan pengawasan objek reklame. Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi pendataan, pengawasan, dan peningkatan kepatuhan wajib pajak untuk meningkatkan kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD Kota Jambi.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa Pajak Reklame memiliki hubungan yang positif terhadap Pendapatan Asli Daerah karena setiap peningkatan penerimaan Pajak Reklame diikuti dengan bertambahnya penerimaan PAD Kota Jambi. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Pajak Reklame berpengaruh positif terhadap Pendapatan Asli

Daerah (PAD) Kota Jambi periode 2019–2024 dapat diterima. Namun, rendahnya kontribusi menunjukkan bahwa pengaruh Pajak Reklame terhadap PAD masih belum optimal dan belum menjadi sumber utama penerimaan daerah

3. Analisis Efektivitas Pajak Reklame terhadap PAD

Tabel 4 Efektivitas Pendapatan Pajak Reklame Kota Jambi Tahun 2019-2024.

Tahun	Efektivitas	Kategori
2019	114	Sangat Efektif
2020	102	Sangat Efektif
2021	72	Kurang Efektif
2022	46	Tidak Efektif
2023	27	Tidak Efektif
2024	104	Sangat Efektif

Sumber: Output SPSS Ver 24, data diolah, 2026

Berikut analisis perhitungan efektivitas Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi Tahun 2019–2024 dengan hasil:

1. Hasil Efektivitas Pajak Reklame Tahun 2019

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp12.383.626.667}{Rp10.850.000.000} \times 100\%$$
$$= 1{,}1418 \times 100\% = 114\%$$

2. Hasil Efektivitas Pajak Reklame Tahun 2020

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp11.942.226.852}{Rp11.730.000.000} \times 100\%$$
$$= 1{,}0181 \times 100\% = 102\%$$

3. Hasil Efektivitas Pajak Reklame Tahun 2021

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp11.566.179.668}{Rp16.130.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}7169 \times 100\% = 72\%$$

4. Hasil Efektivitas Pajak Reklame Tahun 2022

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp10.206.802.989}{Rp22.179.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}4602 \times 100\% = 46\%$$

5. Hasil Efektivitas Pajak Reklame Tahun 2023

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp9.199.744.157}{Rp33.500.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}2746 \times 100\% = 27\%$$

6. Hasil Efektivitas Pajak Reklame Tahun 2024

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp9.981.416.423}{Rp9.600.000.000} \times 100\%$$
$$= 1{,}0397 \times 100\% = 104\%$$

Berdasarkan hasil analisis, tingkat efektivitas Pajak Reklame Kota Jambi selama periode 2019–2024 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019 dan 2020, efektivitas tergolong sangat efektif dengan capaian masing-masing 114% dan 102%. Namun, pada tahun 2021–2023 terjadi penurunan menjadi 72% (kurang efektif), 46% dan 27% (tidak efektif) karena realisasi penerimaan tidak mencapai target. Kondisi ini dipengaruhi oleh menurunnya penggunaan reklame fisik, dampak pemulihan ekonomi pasca pandemi, serta peralihan promosi ke media digital. Pada tahun 2024, efektivitas kembali meningkat menjadi 104% dan masuk kategori sangat efektif, yang menunjukkan adanya perbaikan dalam pengelolaan dan pemungutan pajak reklame. Secara keseluruhan, efektivitas Pajak Reklame masih belum konsisten sehingga diperlukan evaluasi terhadap penetapan target dan strategi pemungutannya.

4. Analisis Kontribusi Pajak Hiburan terhadap PAD

Tabel 5 Kontribusi Pendapatan Pajak Hiburan Kota Jambi Tahun 2019-2024.

Tahun	Kontribusi	Kategori
2019	4,33	Sangat Kurang
2020	1,65	Sangat Kurang
2021	1,30	Sangat Kurang
2022	3,17	Sangat Kurang
2023	3,71	Sangat Kurang
2024	3,76	Sangat Kurang

Sumber: Output SPSS Ver 24, data diolah, 2026

Berikut analisis perhitungan kontribusi Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi Tahun 2019–2024 dengan hasil:

1. Hasil Kontribusi Pajak Hiburan Tahun 2019

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp17.048.380.884}{Rp393.420.000.000} \times 100\%$$

$$= 0{,}04333 \times 100\% = 4{,}33\%$$

2. Hasil Kontribusi Pajak Hiburan Tahun 2020

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp5.852.437.283}{Rp355.674.818.035} \times 100\%$$
$$= 0{,}01645 \times 100\% = 1{,}65\%$$

3. Hasil Kontribusi Pajak Hiburan Tahun 2021

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp4.996.182.012}{Rp384.730.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}01299 \times 100\% = 1{,}30\%$$

4. Hasil Kontribusi Pajak Hiburan Tahun 2022

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp13.851.658.411}{Rp437.025.956.388} \times 100\%$$
$$= 0{,}03170 \times 100\% = 3{,}17\%$$

5. Hasil Kontribusi Pajak Hiburan Tahun 2023

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp16.652.493.257}{Rp448.460.640.789} \times 100\%$$
$$= 0{,}03713 \times 100\% = 3{,}71\%$$

5. Hasil Kontribusi Pajak Hiburan Tahun 2024

$$\text{Kontribusi} = \frac{Rp17.100.000.000}{Rp454.903.547.482} \times 100\%$$
$$= 0{,}03759 \times 100\% = 3{,}76\%$$

Berdasarkan hasil analisis, kontribusi Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi selama tahun 2019–2024 berkisar antara 1,30% hingga 4,33% dan seluruhnya termasuk kategori sangat kurang, sehingga belum menjadi sumber utama PAD. Kontribusi tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar 4,33%, sedangkan yang terendah pada tahun 2021 sebesar 1,30% akibat dampak pandemi Covid-19 yang menurunkan aktivitas sektor hiburan. Meskipun kontribusi mulai meningkat pada tahun 2022–2024 seiring pemulihan ekonomi, peningkatan tersebut masih belum signifikan. Rendahnya kontribusi ini dipengaruhi oleh terbatasnya objek pajak hiburan, perubahan pola konsumsi masyarakat ke hiburan digital, dan belum optimalnya kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan sektor hiburan, peningkatan pengawasan, dan perluasan basis pajak untuk meningkatkan kontribusi Pajak Hiburan terhadap PAD Kota Jambi.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Pajak Hiburan memiliki hubungan positif terhadap Pendapatan Asli Daerah karena penerimaan Pajak Hiburan turut menambah besarnya PAD Kota Jambi. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa Pajak Hiburan berpengaruh positif terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi periode 2019–2024 dapat diterima. Namun, besarnya pengaruh tersebut masih relatif rendah karena kontribusi Pajak Hiburan terhadap PAD masih berada pada kategori sangat kurang.

5. Analisis Evektifitas Pajak Hiburan terhadap PAD

Tabel 6 Efektivitas Pendapatan Pajak Hiburan Kota Jambi Tahun 2019-2024.

Tahun	Efektivitas	Kategori
2019	92	Efektif
2020	31	Tidak Efektif
2021	62	Kurang Efektif
2022	87	Cukup Efektif
2023	91	Efektif
2024	90	Efektif

Sumber: Output SPSS Ver 24, data diolah, 2026

Berikut analisis perhitungan efektivitas Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi Tahun 2019–2024 dengan hasil:

1. Hasil Efektivitas Pajak Hiburan Tahun 2019

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp17.048.380.884}{Rp18.500.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}9215 \times 100\% = 92\%$$

2. Hasil Efektivitas Pajak Hiburan Tahun 2020

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp5.852.437.283}{Rp18.700.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}3129 \times 100\% = 31\%$$

3. Hasil Efektivitas Pajak Hiburan Tahun 2021

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp4.996.182.012}{Rp8.000.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}6245 \times 100\% = 62\%$$

4. Hasil Efektivitas Pajak Hiburan Tahun 2022

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp13.851.658.411}{Rp16.000.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}8657 \times 100\% = 87\%$$

5. Hasil Efektivitas Pajak Hiburan Tahun 2023

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp16.652.493.257}{Rp18.201.000.000} \times 100\%$$
$$= 0{,}9149 \times 100\% = 91\%$$

6. Hasil Efektivitas Pajak Hiburan Tahun 2024

$$\text{Efektivitas} = \frac{Rp17.100.000.000}{Rp19.000.000.000} \times 100\%$$

Berdasarkan hasil analisis, tingkat efektivitas Pajak Hiburan Kota Jambi selama tahun 2019–2024 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019 efektivitas mencapai 92%menjadi 31% pada tahun 2020 dan masuk kategori tidak efektif akibat dampak pandemi Covid-19 yang membatasi operasional tempat hiburan. Pada tahun 2021 efektivitas meningkat menjadi 62% (kurang efektif) dan terus membaik

pada tahun 2022 sebesar 87% (cukup efektif). Selanjutnya, pada tahun 2023 dan 2024 efektivitas mencapai 91% dan 90% yang termasuk kategori efektif, menunjukkan bahwa sektor hiburan telah pulih dan pemerintah daerah semakin optimal dalam merealisasikan penerimaan Pajak Hiburan sesuai target yang ditetapkan.

Pembahasan

1. Tingkat Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi Tahun 2019–2024.

Berdasarkan hasil penelitian, tingkat kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi selama periode 2019–2024 berada pada kategori sangat kurang. Hal ini terlihat dari persentase kontribusi yang berkisar antara 2,05% hingga 3,36%, dengan rata-rata kontribusi sebesar 2,68%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Pajak Reklame belum menjadi sumber utama penerimaan daerah dalam membentuk PAD Kota Jambi.

Faktor yang menyebabkan rendahnya kontribusi Pajak Reklame adalah perubahan pola promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Seiring perkembangan teknologi informasi, banyak perusahaan dan pelaku usaha yang beralih menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran dibandingkan media reklame konvensional. Kondisi ini menyebabkan potensi penerimaan pajak reklame tidak berkembang secara optimal. Selain itu, masih terdapat kemungkinan adanya objek reklame yang belum terdata secara menyeluruh sehingga potensi pajak yang seharusnya dapat dipungut belum sepenuhnya terealisasi. Sejalan dengan hasil tersebut Perkembangan kontribusi Pajak Reklame ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perubahan kebijakan pajak, pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi pendapatan pajak reklame (Sari et al, 2024).

Meskipun kontribusinya tergolong rendah, Pajak Reklame tetap memiliki peranan dalam mendukung pembiayaan pembangunan daerah. Oleh karena itu, pemerintah Kota Jambi perlu melakukan upaya optimalisasi melalui peningkatan pengawasan, pendataan objek reklame secara berkala, pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan pajak daerah, serta penegakan sanksi terhadap wajib pajak yang tidak patuh. Dengan langkah tersebut diharapkan kontribusi Pajak Reklame terhadap PAD dapat meningkat pada masa mendatang.

2. Tingkat Kontribusi Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi Tahun 2019–2024.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kontribusi Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi selama tahun 2019–2024 juga berada pada kategori sangat kurang. Persentase kontribusi yang dihasilkan berkisar antara 1,30% hingga 4,33%, dengan rata-rata kontribusi sebesar 2,99%.

Meskipun rata-rata kontribusi Pajak Hiburan sedikit lebih tinggi dibandingkan Pajak Reklame, namun kontribusinya terhadap PAD masih tergolong rendah.

Penurunan kontribusi yang cukup tajam terjadi pada tahun 2020 dan 2021. Kondisi ini tidak terlepas dari dampak pandemi Covid-19 yang menyebabkan pembatasan aktivitas masyarakat serta penutupan sementara berbagai tempat hiburan. Akibatnya, jumlah pengunjung menurun secara signifikan sehingga penerimaan Pajak Hiburan mengalami penurunan yang cukup besar. Dampak tersebut terlihat dari kontribusi Pajak Hiburan yang hanya mencapai 1,65% pada tahun 2020 dan 1,30% pada tahun 2021.Setelah pandemi mereda, kontribusi Pajak Hiburan mulai mengalami peningkatan pada tahun 2022 hingga 2024. Meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat serta kembali beroperasinya tempat-tempat hiburan menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan penerimaan pajak hiburan. Namun demikian, peningkatan tersebut belum mampu mengubah kategori kontribusi menjadi lebih baik karena nilai PAD secara keseluruhan juga mengalami peningkatan.

Rendahnya kontribusi Pajak Hiburan menunjukkan bahwa sektor hiburan di Kota Jambi belum menjadi sektor yang dominan dalam menghasilkan pendapatan daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu mengembangkan sektor pariwisata dan industri hiburan yang berpotensi meningkatkan jumlah objek pajak hiburan. Selain itu, peningkatan pengawasan dan kepatuhan wajib pajak juga diperlukan agar seluruh potensi penerimaan pajak hiburan dapat dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan PAD. Rendahnya kontribusi Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) biasanya disebabkan oleh kesenjangan antara potensi dan realisasi penerimaan, praktik penghindaran pajak (kebocoran/pelaporan tidak jujur), hingga lemahnya pengawasan dan sanksi dari pemerintah daerah (Khoiriyyah et al, 2025).

3. Tingkat Efektivitas Pajak Reklame dan Pajak Hiburan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi Tahun 2019–2024. Berdasarkan hasil penelitian, tingkat efektivitas Pajak Reklame dan Pajak

Hiburan menunjukkan hasil yang berbeda apabila dibandingkan dengan tingkat kontribusinya. Meskipun kontribusi kedua jenis pajak tersebut terhadap PAD tergolong rendah, namun tingkat efektivitas pemungutannya relatif baik pada beberapa periode. Efektivitas Pajak Reklame menunjukkan kondisi yang berfluktuasi. Pada tahun 2019 dan 2020 tingkat efektivitas berada pada kategori sangat efektif, yaitu sebesar 114% dan 102%. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi penerimaan berhasil melampaui target yang telah ditetapkan pemerintah daerah. Namun pada tahun 2021 hingga 2023 efektivitas

mengalami penurunan menjadi kategori kurang efektif bahkan tidak efektif. Penurunan tersebut mengindikasikan bahwa target penerimaan yang ditetapkan tidak dapat dicapai secara optimal.

Faktor yang mempengaruhi kondisi ini antara lain menurunnya penggunaan reklame konvensional, perubahan strategi pemasaran ke media digital, serta belum optimalnya pemanfaatan potensi objek pajak reklame yang ada. Pada tahun 2024 efektivitas kembali meningkat menjadi 104% dan masuk kategori sangat efektif, yang menunjukkan adanya perbaikan dalam pengelolaan dan pemungutan pajak reklame.

Sementara itu, efektivitas Pajak Hiburan menunjukkan pola yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan aktivitas masyarakat. Pada tahun 2019 tingkat efektivitas mencapai 92% dan termasuk kategori efektif. Namun pada tahun 2020 efektivitas turun drastis menjadi 31% akibat pandemi Covid-19 yang menyebabkan pembatasan operasional berbagai tempat hiburan. Kondisi tersebut berlanjut pada tahun 2021 dengan efektivitas sebesar 62% yang termasuk kategori kurang efektif. Seiring dengan pemulihan ekonomi dan normalisasi aktivitas masyarakat, efektivitas Pajak Hiburan meningkat menjadi 87% pada tahun 2022 dan mencapai 91% serta 90% pada tahun 2023 dan 2024 yang termasuk kategori efektif.

Ketidakefektifan tersebut juga dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain penetapan target yang terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan potensi riil di lapangan, berkurangnya penggunaan reklame konvensional akibat peralihan strategi promosi ke media digital, kurang optimalnya pendataan dan pengawasan terhadap objek reklame, serta masih adanya wajib pajak yang belum patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Selain itu, kemungkinan terdapat objek reklame yang belum terdaftar sehingga potensi penerimaan pajak belum tergali secara maksimal.

Untuk meningkatkan efektivitas Pajak Reklame, pemerintah daerah perlu melakukan pendataan dan pemutakhiran database objek reklame secara berkala, memanfaatkan sistem digital dalam pendataan dan pembayaran pajak, meningkatkan pengawasan dan penegakan sanksi terhadap pelanggaran perpajakan, serta menetapkan target penerimaan berdasarkan potensi riil dan kondisi ekonomi daerah. Dengan langkah tersebut, realisasi penerimaan diharapkan dapat mencapai bahkan melampaui target yang ditetapkan.

Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa Pajak Reklame dan Pajak Hiburan berpengaruh positif terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi periode 2019–2024 dapat diterima. Namun, karena tingkat kontribusinya masih tergolong sangat kurang, diperlukan upaya optimalisasi pengelolaan, pengawasan, dan perluasan basis pajak agar peranan kedua jenis pajak tersebut terhadap peningkatan PAD Kota Jambi menjadi lebih besar

D. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Pajak Reklame memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi periode 2019–2024, dengan tingkat kontribusi yang tergolong sangat kurang, sehingga belum menjadi sumber utama penerimaan PAD. Hal tersebut dikarenakan perubahan pola promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha.
2. Pajak Hiburan juga memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi periode 2019–2024, dengan tingkat kontribusi yang termasuk sangat kurang, meskipun menunjukkan peningkatan setelah masa pandemi. Kondisi ini tidak terlepas dari dampak pandemi Covid-19.
3. Penerimaan Pajak Reklame dan Pajak Hiburan secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jambi periode 2019–2024, namun kontribusinya masih rendah dibandingkan dengan total PAD yang diperoleh Pemerintah Kota Jambi. Faktor yang mempengaruhi kondisi ini antara lain menurunnya penggunaan reklame konvensional, perubahan strategi pemasaran ke media digital, serta belum optimalnya pemanfaatan potensi objek pajak reklame yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Pratama. (2021). Faktor Manajemen Profesional:Perencanaan, Pengorganisasian, Dan Pengendalian (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 699–709

Faizah Wachdin (2010) Pengaruh Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya (Studi Pada Dinas Pendapatan Dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya). UPM Jawa Timur.

Firmansyah. (2022). Pemulihan ekonomi pascapandemi dan dampaknya terhadap penerimaan pajak daerah. Jakarta: Rajawali Pers.

Handayani, D., & Sari, N. (2021). Analisis efektivitas pemungutan pajak daerah terhadap peningkatan pendapatan asli daerah. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah, 8(2), 45–58.

Hidayat, A. (2019). Pengaruh pajak daerah terhadap pendapatan asli daerah dalam mendukung pembangunan ekonomi. Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia, 14(1), 22–34.

Khoiriyyah, A., Suyanto, U. Y., & Dewi, R. F. (2025). Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Hiburan Terhadap Penerimaan

Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Lamongan Tahun 2017-2020. JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan,10(10).

Kemendagri No. 690.900.327 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah.

Kurniawan, R. (2021). Dampak pandemi COVID-19 terhadap penerimaan pajak hiburan di Indonesia. Jurnal Administrasi Publik, 10(1), 67–78.

Lestari, S. (2022). Analisis penurunan penerimaan pajak daerah selama masa pandemi COVID-19. Jurnal Kebijakan Fiskal, 5(2), 89–101.

Prasetyo, A. (2021). Kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. Jurnal Perpajakan Indonesia, 6(1), 31–42.

Pratama, A. (2021). Pengaruh pajak reklame dan pajak hiburan terhadap pendapatan asli daerah. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah, 9(1), 15–27.

Putri, D., & Nugroho, A. (2023). Pemulihan ekonomi dan peningkatan penerimaan pajak daerah pascapandemi. Jurnal Ekonomi Regional, 11(2), 55–68.

Putri, a. S. N., Ruslan, M., & Amri, N. P. (2024). Analisis Efektivitas, Efisiensi, Dan Kontribusi Pajak Hotel Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kota Makassar Tahun 2018-2022. ACCESS: Journal of Accounting, Finance and Sharia Accounting, 2(1). 25–32.

Rahman, M. (2021). Optimalisasi pengelolaan pajak daerah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Jurnal Manajemen Keuangan Publik, 7(2), 74–86.

Rahmawati, N. (2020). Analisis kontribusi pajak hiburan terhadap pendapatan asli daerah. Jurnal Ekonomi Daerah, 4(1), 40–51.

Sari, R., & Rahayu, E. (2022). Tingkat kemandirian fiskal daerah dalam era otonomi daerah di Indonesia. Jurnal Keuangan Publik, 8(1), 10–24.

Saputra, R., & Arifin, M. (2021). Peranan pajak hiburan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah. Jurnal Keuangan Daerah, 9(2), 60–72.

Utami, S., & Prakoso, B. (2022). Digitalisasi perpajakan daerah dan peningkatan penerimaan pajak reklame serta pajak hiburan. Jurnal Administrasi Negara, 11(2), 88–101.

Saputri, D., & Ramadhan, F. (2022). Pengaruh pajak reklame dan pajak hiburan terhadap pendapatan asli daerah. Jurnal Akuntansi Pemerintahan, 10(1), 21–35.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Sari Andayani (2021) Pengaruh Financial Distress,

Profitabilitas dan Leverage terhadap Tax Avoidance. Owner: Riset & Jurnal AKuntansi, 6(4), 3489-3500.

Utami, S., & Prakoso, B. (2022). Digitalisasi perpajakan daerah dan peningkatan penerimaan pajak reklame serta pajak hiburan. Jurnal Administrasi Negara, 11(2), 88–101.

Wulandari, N. P., & Dewi, N. L. (2020). Kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Indonesia. Jurnal Perpajakan dan Keuangan Daerah, 5(2), 35–47.

uliana, R. (2020). Pengaruh kepatuhan wajib pajak dan sistem administrasi terhadap efektivitas pemungutan pajak daerah. Jurnal Akuntansi Publik, 7(1), 52–64.