

## PENGARUH PENGENAAN PAJAK HIBURAN DAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DKI JAKARTA PADA TAHUN 2018 - 2023

Laila Nur Rohmah<sup>1</sup>, Darul Fahmi<sup>2</sup><sup>1</sup>Department of Tax Accounting, Pamulang UniversityEmail: [lailanurrhh@gmail.com](mailto:lailanurrhh@gmail.com), dosen02335@unpam.ac.id<sup>2</sup>

## ABSTRACT

*This study examines the effect of Entertainment Tax and Advertising Tax on Local Revenue (PAD) in DKI Jakarta from 2018 to 2023. Using a quantitative associative approach, data from the Jakarta Provincial Revenue Agency were analyzed through multiple linear regression with purposive sampling. The analysis included descriptive statistics, classical assumption tests, and t- and F-tests using SPSS 27. Findings reveal that both taxes, individually and jointly, significantly influence PAD, highlighting the importance of effective tax management in boosting regional revenue.*

**Keywords:** Entertainment Tax, Advertising Tax, Local Revenue, DKI Jakarta, Multiple Linear Regression

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh Pajak Hiburan dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Provinsi DKI Jakarta periode 2018-2023. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda dan teknik purposive sampling, data diperoleh dari Bapenda DKI Jakarta serta diolah menggunakan SPSS 27. Analisis meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua pajak, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh signifikan terhadap PAD, sehingga pengelolaan yang optimal dapat meningkatkan pendapatan daerah.

**Kata kunci:** Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah, DKI Jakarta, Regresi Linier Berganda

## Article history

Received: Agustus 2025

Reviewed: Agustus 2025

Published: Agustus 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed

under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Beberapa inti pendapatan negara Indonesia yaitu perpajakan. Pajak yang dioperasikan oleh otoritas nasional dan pajak yang dioperasikan oleh pemerintah daerah yaitu dua kategori utama sistem perpajakan Indonesia. Tergantung pada subjek dan objek penerapannya, masing-masing macam pajak mempunyai cabang yang berbeda. Di wilayah DKI Jakarta, pajak daerah secara khusus disorot dalam penelitian ini sebagai komponen Pendapatan Asli Daerah (PAD). Karena keduanya menyumbangkan andil yang substansial atas pendapatan daerah, pajak hiburan dan pajak reklame dipilih sebagai fokus utama penelitian ini. (Rufaidah &

Noviani, 2023) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, pajak hiburan dikenakan atas penyelenggaraan hiburan seperti pertunjukan, permainan, klub malam, karaoke, dan sejenisnya, sedangkan pajak reklame dikenakan atas media atau alat promosi komersial. Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan kontribusi signifikan pajak hiburan dan reklame terhadap PAD, seperti pada studi (Sri Mulyani et al., 2022) di Kabupaten Majalengka, (Suha Bahmid & Wahyudi, 2018) yang menemukan pengaruh positif signifikan pajak hiburan terhadap PAD, serta (Silalahi & Aisyah, 2024) yang membuktikan pengaruh signifikan pajak hiburan dan reklame secara simultan terhadap PAD. Namun, ada juga temuan seperti (Adi et al., 2020) di Kota Manado yang menunjukkan kontribusi pajak hiburan, reklame, dan hotel masih rendah, serta (Damayanti, 2020) yang menyatakan pajak hiburan berdampak negatif dan tidak signifikan karena pengelolaan yang kurang optimal.

Tabel 1.1

**Eksekusi Perolehan Pajak Hiburan dan Pajak Reklame Provinsi DKI Jakarta Tahun 2018 - 2023**

Tahun	Pajak Hiburan	Pajak Reklame
2018	833.684.983.302	1.014.794.778.877
2019	859.061.073.573	1.078.475.754.645
2020	220.233.785.282	819.413.729.352
2021	86.884.095.920	928.142.139.511
2022	399.637.279.558	1.095.916.078.306
2023	686.623.192.014	975.808.842.214

Sumber: Laporan Keuangan Pendapatan Daerah Tahun 2018 - 2023

Bertolak dari tabel perolehan Pajak Hiburan di Provinsi DKI Jakarta, terlihat fluktuasi selama 2018-2023, meningkat dari Rp833,68 miliar pada 2018 menjadi Rp859,06 miliar di 2019, lalu turun drastis ke Rp220,23 miliar di 2020 akibat pandemi COVID-19. Penurunan berlanjut pada 2021 dengan capaian terendah Rp86,88 miliar, namun mulai pulih pada 2022 sebesar Rp399,63 miliar dan naik lagi ke Rp686,62 miliar di 2023. Sektor ini sangat dipengaruhi kondisi sosial-ekonomi, tetapi berpotensi bangkit seiring normalisasi.

Bertolak dari data Pajak Reklame, perolehan relatif stabil dengan fluktuasi rendah, dari Rp1,01 triliun di 2018 naik ke Rp1,07 triliun di 2019, turun ke Rp819,41 miliar di 2020, lalu meningkat ke Rp928,14 miliar di 2021, Rp1,09 triliun di 2022, dan sedikit turun ke Rp975,80 miliar di 2023. Sektor ini menunjukkan kestabilan dan kontribusi konsisten. Motivasi penelitian berawal dari fenomena ini, sehingga disusun skripsi berjudul **“Pengaruh Pengenaan Pajak Hiburan dan Pajak Reklame Terhadap PAD DKI Jakarta Tahun 2018-2023”**

**B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang penelitian yang sudah dibahas sebelumnya, maka secara umum penulis merumuskan masalah penelitian meliputi:

1. Apakah pajak hiburan berpengaruh secara substansial terhadap pendapatan asli daerah (PAD) DKI Jakarta pada tahun 2018 - 2023?
2. Apakah pajak reklame berpengaruh secara substansial terhadap pendapatan asli daerah (PAD) DKI Jakarta pada tahun 2018 - 2023?
3. Apakah pajak hiburan dan pajak reklame berimplikasi secara kolektif atas pendapatan asli daerah (PAD) DKI Jakarta pada tahun 2018 - 2023?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini bertolak dari latar belakang dan kumpulan masalah yang sudah dibahas sebelumnya meliputi :

1. Untuk memahami apakah pajak hiburan mempengaruhi pendapatan asli daerah (PAD) DKI Jakarta pada tahun 2018 - 2023.
2. Untuk memahami apakah pajak reklame mempengaruhi pendapatan asli daerah (PAD) DKI Jakarta pada tahun 2018 - 2023.
3. Untuk memahami apakah pajak hiburan dan pajak reklame mempengaruhi pendapatan asli daerah (PAD) DKI Jakarta pada tahun 2018 - 2023.

## LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### A. Landasan Teori

Penelitian keagenan, penelitian utama dalam studi ini, menjelaskan interaksi antara pengendali dan agen, di mana pengendali memberi arahan dan agen diberi wewenang mengambil keputusan sesuai perjanjian kerja yang mengatur hak dan tanggung jawab masing-masing pihak (Anton, 2010). Penelitian ini menguraikan hubungan pemerintah sebagai pengendali dan masyarakat sebagai agen, di mana pemerintah memberi perintah membayar pajak yang secara tidak langsung tertagih melalui kunjungan ke tempat hiburan atau penggunaan jasa reklame. Pajak merupakan bagian dari perolehan negara sehingga pendataannya wajib dilakukan tanpa imbalan (Anton, 2010).

#### 1. Pajak

Menurut “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 tahun 2007 tentang Aturan Umum dan Teknis Perpajakan (KUP), Pajak yaitu andil wajib ke negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa bertolak dari Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan diaplikasikan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”

#### 2. Pajak Hiburan

Menurut “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Pasal 43 Subjek pajak hiburan yaitu orang pribadi atau badan yang menikmati hiburan. Dan wajib pajak hiburan yaitu orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan hiburan.”

#### 3. Pajak Reklame

Pungutan yang dikenakan pada kegiatan periklanan dikenal sebagai pajak reklame. Ketika suatu produk, layanan, orang, atau organisasi diperkenalkan, dipromosikan, atau dibawa ke perhatian publik melalui penglihatan, suara, atau indra lainnya, periklanan mencakup semua bentuk media, objek, alat, atau tindakan yang diciptakan secara visual atau audio untuk target komersial. (Rahmadini & Kurniawan, 2022)

#### 4. Pajak Daerah

Pajak daerah yaitu kewajiban yang wajib ditunaikan oleh individu maupun organisasi ke pemerintah daerah, dan dapat ditegakkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Meskipun wajib pajak tidak menerima kompensasi langsung, dana ini diaplikasikan untuk mendukung inisiatif lingkungan yang bertarget meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sesuai dengan isi “Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.” (Naibaho et al., 2021)

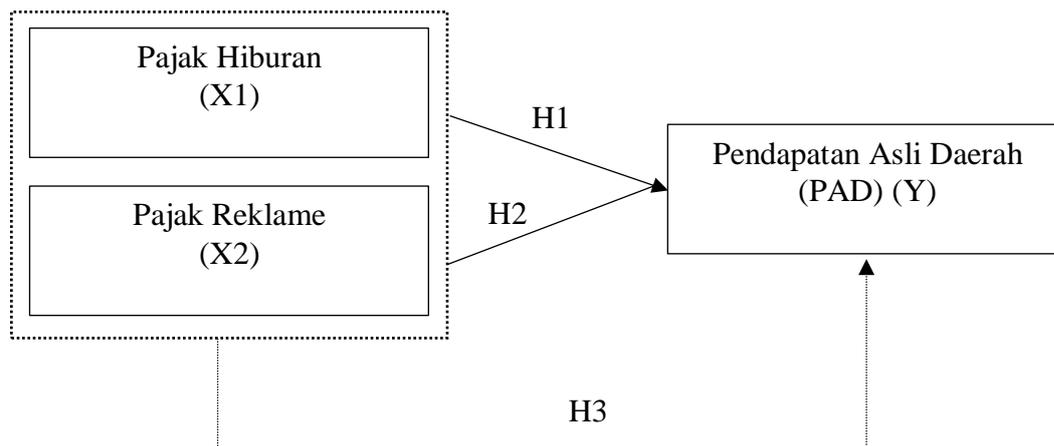
#### 5. Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah (PAD) yaitu total total uang yang diterima suatu daerah dari acuan daya ekonominya sendiri, sebagaimana ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Agar pemerintah dapat beroperasi seefisien mungkin, PAD yaitu komponen penting dalam kerangka keuangan daerah. Suatu daerah dapat secara bertahap mengurangi kebutuhannya akan bantuan dari otoritas nasional dan memperoleh

kemandirian finansial yang lebih besar dengan PAD yang lebih tinggi. (Suryaningsih, 2023)

## B. Kerangka Berfikir

Menurut McGaghie dalam (Priyanto & Sudrartono, 2021) Kerangka pemikiran yaitu langkah dalam menyusun dan merumuskan pertanyaan penelitian yang bertarget untuk mengarahkan penyelidikan atas suatu permasalahan, sekaligus menjelaskan latar belakang dan alasan mengapa penelitian tersebut dilakukan.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

Dalam penelitian ini, pendapatan asli daerah yaitu variabel dependen yang dipengaruhi oleh pajak hiburan dan pajak reklame sebagai variabel independen, karena keduanya termasuk dalam macam pajak daerah yang berperan penting atas PAD.

## C. Pengembangan Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk memperoleh jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian.

### 1. Pengaruh Pajak Hiburan atas PAD

Penelitian keagenan menyumbangkan landasan untuk memahami interaksi antara wajib pajak sebagai pelaku utama dan pemerintah daerah sebagai agen. Perolehan pajak yang lebih besar diyakini dihasilkan dari pengelolaan pajak yang transparan dan akuntabel sehingga meningkatkan PAD. Pajak hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan hiburan, dan jika terkendali dengan baik dapat meningkatkan PAD. Menurut (Sri Mulyani et al., 2022), hasil uji menunjukkan  $t$  hitung  $2,348 > t$  tabel  $1,67943$  dan signifikansi  $0,023 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

$H_{a.1}$ : Pajak hiburan berpengaruh atas PAD.

### 2. Pengaruh Pajak Reklame atas PAD

Penelitian Agensi menekankan pentingnya interaksi wajib pajak dan pemerintah daerah dalam pengelolaan pajak reklame. Pajak reklame dikenakan pada media beragam yang digunakan untuk tujuan komersial, dan pengelolaan yang efektif dapat meningkatkan PAD. Menurut (Silalahi & Aisyah, 2024), hasil uji parsial menunjukkan  $t$  hitung  $3,433 > t$  tabel  $2,00247$  dan signifikansi  $0,001 < 0,05$ .

$H_{a.2}$ : Pajak reklame berpengaruh atas PAD.

### 3. Pengaruh Pajak Hiburan dan Reklame atas PAD

Penelitian Agensi menjelaskan hubungan pemerintah sebagai pengendali dan masyarakat sebagai agen, di mana pajak dibayar secara tidak langsung melalui penggunaan hiburan

atau jasa reklame. Menurut (Silalahi & Aisyah, 2024), pengaruh simultan ditunjukkan oleh signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F \text{ hitung } 13,636 > F \text{ tabel } 3,16$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Ha.3: Pajak hiburan dan pajak reklame berpengaruh atas PAD.

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan metodologi kuantitatif untuk mengukur dan mengkaji jalinan antara dua variabel atau lebih, dengan target utama memahami seberapa besar pendapatan asli daerah di DKI Jakarta dipengaruhi oleh pajak hiburan dan iklan. Seluruh proses, mulai dari penentuan variabel, penyusunan hipotesis, pemilihan metode pengkajian data, hingga penarikan kesimpulan, didasarkan pada pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2020). Metode yang digunakan adalah deskriptif asosiatif, yang memberikan gambaran lengkap obyek penelitian sekaligus menunjukkan hubungan antarvariabel secara utuh. Tujuannya adalah memastikan asal dan dampak pajak iklan dan hiburan terhadap pendapatan asli daerah di DKI Jakarta.

### B. Populasi dan sampel

#### 1. Populasi

Populasi yaitu generalisasi yang terdiri dari objek atau orang dengan atribut tertentu yang dipilih periset untuk diteliti dan ditarik kesimpulan, yang dapat berupa manusia, lembaga, objek, maupun fenomena alam, serta merepresentasikan ciri dan atribut umum yang dimilikinya (Sugiyono, 2020). Populasi penelitian ini mencakup seluruh komponen dan acuan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Provinsi DKI Jakarta, meliputi pajak daerah, retribusi daerah, pendapatan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan pendapatan asli daerah sah lainnya dalam kurun waktu tertentu.

#### 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang dianggap mampu merepresentasikan keseluruhan baik dari segi jumlah maupun karakteristik (Sugiyono, 2020). Penelitian ini mengaplikasikan data sekunder dari Laporan Keuangan Pendapatan Daerah DKI Jakarta tahun 2018-2023 yang diperoleh dari Bapenda DKI Jakarta dengan kategori pajak hiburan dan pajak reklame. Pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria khusus yang ditetapkan peneliti. Kriteria tersebut meliputi: (a) data berasal dari laporan resmi Bapenda DKI Jakarta; (b) data bulanan lengkap dan berurutan selama periode 2018-2023; dan (c) menggunakan data eksekusi perolehan untuk mencerminkan kondisi aktual pajak daerah dan PAD.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengaplikasikan metode pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan, observasi, dan dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2020) penelitian kepustakaan berkaitan dengan penelaahan penelitian serta acuan referensi relevan dengan value, norma, dan budaya yang berlaku dalam konteks sosial objek penelitian. Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang mencakup pengamatan terhadap manusia, objek, atau fenomena. Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data melalui acuan tertulis seperti buku, arsip, laporan, dokumen, atau bahan visual. Penelitian ini juga mengaplikasikan data sekunder dari arsip Laporan Keuangan Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta tahun 2018-2023.

#### D. Teknik Analisis Data

Pengkajian data menurut (Sugiyono, 2020) yaitu kumpulan data sesuai variabel dan kelompok partisipan, penjabaran data ke dalam tabel, penyajian data untuk masing-masing variabel, perkalkulasian guna menjawab rumusan masalah, serta pengkajian statistik untuk menguji hipotesis, diolah manual dan menggunakan SPSS versi 27. Teknik yang digunakan meliputi: (1) Uji Statistik Deskriptif untuk menggambarkan data sebagaimana adanya; (2) Uji Asumsi Klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi guna memastikan model regresi memenuhi asumsi dasar; (3) Uji Hipotesis dengan regresi linier berganda, uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji parsial (T), dan uji simultan (F) untuk menilai pengaruh pajak hiburan (X1) dan pajak reklame (X2) terhadap pendapatan asli daerah (Y).

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Provinsi DKI Jakarta, yang dianggap sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pemerintahan nasional, sebagai subjek penelitian ini. Dengan mengaplikasikan data sekunder sebagai sampel, periset berfokus pada kategori pajak hiburan dan pajak reklame serta mengumpulkan informasi dari Laporan Keuangan Pendapatan Asli Daerah (PAD) DKI Jakarta 2018 - 2023 dari Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta. Ada alasan kuat mengapa DKI Jakarta dipilih sebagai topik penelitian: konsentrasi kegiatan hiburan yang tinggi dan penggunaan media promosi sebagaimana kedua macam pajak ini sebagai acuan pendapatan daerah yang potensial.

#### B. Hasil Penelitian

Bertolak dari uji hipotesis dalam penelitian ini mengaplikasikan model data *time series* dan mengaplikasikan SPSS 27 untuk mengolah data. Target dari penelitian ini yaitu untuk memahami pengaruh Variabel independen, yaitu Pajak Hiburan dan Pajak Reklame atas Variabel dependen yaitu Pendapatan Asli daerah DKI Jakarta Tahun 2018 - 2023.

##### 1. Uji Deskriptif

Uji statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menyajikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan secara apa adanya, tanpa bertujuan menarik kesimpulan yang bersifat umum atau melakukan generalisasi.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pajak Hiburan	72	1.00	115.00	42.9028	28.92300
Pajak Reklame	72	37.00	168.00	80.8889	23.96156
PAD	72	1.01	37.41	7.3597	7.35424
Valid N (listwise)	72				

Sumber: Output SPSS 27

Bertolak dari pengkajian statistik deskriptif, pajak hiburan memiliki value minimum 1,00 dan maksimum 115,00, rata-rata 42,90 serta standar deviasi 28,92 yang menunjukkan sebaran tidak merata dan ketidakseimbangan antar unit pengamatan meski rata-rata lebih tinggi dari standar deviasi, kemungkinan dipengaruhi total dan skala aktivitas hiburan tiap daerah atau tahun. Pajak reklame dengan value minimum

37,00 dan maksimum 168,00, rata-rata 80,89 serta standar deviasi 23,96 memiliki rentang 131,00 dan distribusi luas namun lebih stabil, mengisyaratkan konsistensi antar daerah akibat keberadaan media reklame yang merata atau kesamaan kebijakan pajak. PAD dengan value minimum 1,01 dan maksimum 37,41, rata-rata 7,36 hampir setara standar deviasi 7,35 menunjukkan sebaran sangat luas dan tidak terpusat sehingga bervariasi substansial bergantung kapasitas ekonomi, potensi perolehan daerah, dan efektivitas pengelolaan pajak.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Asumsi Klasik bertarget untuk uji pra-syarat yang wajib dilakukan sebelum uji hipotesis.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas diaplikasikan untuk memahami bagaimana *value* residual terdistribusi secara normal. Model regresi yang baik yaitu yang mempunyai *value* residual yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas yaitu dengan metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Kriteria pengujianya apabila (Asym Sig 2 tailed) > 0,05, maka data berdistribusi normal.

**Tabel 4.2**  
**Hasil One Sample Kolmogorov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		72	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.60952982	
Most Extreme Differences	Absolute	.073	
	Positive	.073	
	Negative	-.060	
Test Statistic		.073	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.447	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.434
		Upper Bound	.459
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Ouput SPSS 27

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memahami apakah ada jalinan linear antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas dinyatakan tidak terjadi jika value Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dan Tolerance > 0,1.

**Tabel 4.3**

### Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.685	2.580		-.265	.791		
	Pajak Hiburan	.129	.030	.509	4.293	.000	.695	1.438
	Pajak Reklame	.031	.036	.100	.846	.400	.695	1.438

a. Dependent Variable: PAD

Sumber: Output SPSS 27

Hasil uji multikolinearitas merujuk bahwa value Variance Inflation Factor (VIF) untuk pajak hiburan dan pajak reklame sebesar 1,438 masih dalam batas aman, artinya variabel independen tidak mempunyai jalinan linier kuat satu sama lain sehingga tidak mengganggu validitas regresi, dan value tolerance sebesar 0,695 lebih tinggi dari batas  $< 0,1$  yang merujuk rendahnya korelasi antar variabel independen, sehingga model regresi bebas dari gejala multikolinearitas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertarget untuk melihat ada tidaknya ketidaksamaan varian residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan metode Glejser, yaitu meregresikan variabel independen atas value absolut residual. Jika value  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.4

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.326	.141		2.317	.023
	Pajak Hiburan	.002	.002	.204	1.446	.153
	Pajak Reklame	6.490E-5	.002	.005	.033	.974

a. Dependent Variable: ABS\_RES2

Sumber: Output SPSS 27

Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan mengaplikasikan uji Glejser, bertolak dari hasil uji glejser diperoleh value sebesar 0,153 untuk pajak hiburan dan 0,974 untuk pajak reklame. Kedua value tersebut  $> 0,05$ . Dengan kata lain, variabel residual dalam model regresi ini mempunyai penyebaran yang stabil atau konstan, dengan kata lain pada uji ini tidak terjadi

heteroskedastisitas.

**d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertarget untuk memahami apakah ada jalinan antara residual saat ini dan residual sebelumnya. Model regresi yang baik sewajibnya tidak mengandung autokorelasi. Pengujian dilakukan dengan value Durbin Watson (DW), dan jika hasilnya berada di antara  $DU < DW < 4-DU$ , maka tidak terjadi autokorelasi.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.764 <sup>a</sup>	.584	.565	4.88102	1.684
a. Predictors: (Constant), LAG_Y, Pajak Reklame, Pajak Hiburan					
b. Dependent Variable: PAD					

Sumber: Output SPSS 27

Bertolak dari tabel di atas, pengujian autokorelasi dalam model regresi ini dilakukan dengan mengaplikasikan statistik Durbin-Watson (DW). Dalam konteks ini, karena total variabel independen yaitu dua dan total data sebanyak 72, maka bertolak dari tabel DW, value DU yang diaplikasikan yaitu 1,675. Bertolak dari hasil pengkalkulasian, value Durbin-Watson sebesar 1,684 berada di antara DU dan  $(4 - DU)$ , yaitu  $1,675 < 1,684 < 2,325$ . Posisi value ini merujuk bahwa tidak ada autokorelasi dalam model, baik yang bersifat positif maupun negatif.

**3. Uji Hipotesis**

**a. Regresi Linier Berganda**

Regresi linear berganda diaplikasikan untuk mengkaji pengaruh dua atau lebih variabel independen atas satu variabel dependen, baik dari arah maupun besar pengaruhnya.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.446	.235		1.895	.062
	Pajak Hiburan	.015	.003	.565	5.525	<.001
	Pajak Reklame	.007	.003	.215	2.103	.039
a. Dependent Variable: LNY						

Sumber: Output SPSS 27

Bertolak dari hasil regresi linier berganda, kedua variabel berimplikasi positif atas PAD dengan konstanta 0,446, koefisien pajak hiburan 0,015 dan reklame 0,007, yang berarti setiap kenaikan satu satuan akan meningkatkan PAD sebesar value

tersebut, dan meskipun andilnya hanya sekitar 1,5% dan 0,7%, keduanya tetap penting dioptimalkan untuk mendukung pendapatan daerah secara berkelanjutan.

**b. Koefisien Korelasi (R)**

Uji koefisien korelasi diaplikasikan untuk memahami arah dan kekuatan jalinan antara dua variabel. Valuenya merujuk apakah jalinan tersebut positif atau negatif, serta seberapa kuat, dengan kategori dari sangat lemah hingga sangat kuat. Dalam penelitian ini, uji korelasi dilakukan untuk melihat jalinan antara pajak hiburan dan pajak reklame atas PAD DKI Jakarta.

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Koefisien Korelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.571 <sup>a</sup>	.326	.306	6.12636	.713
a. Predictors: (Constant), Pajak Reklame, Pajak Hiburan					
b. Dependent Variable: PAD					

*Sumber: Output SPSS 27*

Bertolak dari hasil pengkajian data, merujuk bahwa value R atau koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,571. Value ini merepresentasikan adanya jalinan yang cukup kuat dan positif antara variabel pajak hiburan serta pajak reklame atas variabel pendapatan asli daerah (PAD). Semakin tinggi value R, maka semakin kuat pula jalinan linier antara variabel bebas dan variabel terikat yang diamati dalam model regresi.

**c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi yaitu kemampuan variabel X memengaruhi variabel Y, semakin besar koefisien determinasi merujuk semakin baik kemampuan X mempengaruhi Y.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.571 <sup>a</sup>	.326	.306	6.12636	.713
a. Predictors: (Constant), Pajak Reklame, Pajak Hiburan					
b. Dependent Variable: PAD					

*Sumber: Output SPSS 27*

Bertolak dari hasil pengkajian data, pengujian koefisien determinasi merujuk value R Square (R<sup>2</sup>) tercatat sebesar 0,326, yang berarti bahwa sekitar 32,6% variasi yang terjadi pada PAD dapat dijelaskan oleh variasi pada pajak hiburan dan pajak reklame. Sementara itu, sisanya berasal dari pengaruh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan demikian, meskipun pajak hiburan dan reklame menyumbangkan andil atas PAD, ada faktor tambahan yang juga berperan penting dalam memilih besar kecilnya pendapatan asli daerah.

**d. Uji Parsial (T)**

Uji t dalam regresi berganda diaplikasikan untuk memahami pengaruh

substansialvariabel independen secara parsial atas variabel dependen. Jika value t kalkulasi > t tabel atau Sig. < 0,05, maka variabel tersebut berimplikasi signifikan. Sebaliknya, jika t kalkulasi < t tabel atau Sig. > 0,05, maka tidak ada pengaruh signifikan. Dalam pengujian ini, total sampel (n) = 72; total variabel (k) = 2; taraf substansial $\alpha$  = 0,05% maka df = n - k = 70 - 2 = 70 sehingga diperoleh value t tabel sebesar 1.994.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1	(Constant)	.446	.235		1.895	.062
	Pajak Hiburan	.015	.003	.565	5.525	.001
	Pajak Reklame	.007	.003	.215	2.103	.039

a. Dependent Variable: LNY

Sumber: Output SPSS 27

Bertolak dari hasil uji parsial (uji t), diperoleh bahwa variabel pajak hiburan dan pajak reklame mempunyai pengaruh substansialatas pendapatan asli daerah (PAD):

1) Hasil merujuk bahwa t kalkulasi pajak hiburan sebesar 5,525 dimana lebih besar dari value t tabel sebesar 1,994. Value value penting < 0,05, yaitu 0,001 untuk pajak hiburan. Maka Ha.1 diterima yang artinya pajak hiburan mempunyai pengaruh yang substansialatas pendapatan asli daerah (PAD).

2) Hasil merujuk bahwa t kalkulasi pajak reklame sebesar 2,103 dimana lebih besar dari value t tabel sebesar 1,994. Value value penting < 0,05, yaitu 0,039 untuk pajak reklame. Maka Ha.2 diterima yang artinya pajak reklame mempunyai pengaruh yang substansialatas pendapatan asli daerah (PAD).

**e. Uji Kelayakan (F)**

Uji F diaplikasikan untuk memahami apakah variabel independen secara paralel berimplikasi substansialatas variabel dependen. Jika F kalkulasi > F tabel atau Sig. < 0,05, maka variabel independen berimplikasi signifikan. Sebaliknya, jika F kalkulasi < F tabel atau Sig. > 0,05, maka tidak ada pengaruh substansialsecara secara kolektif. Kemudian ada rumus untuk mencari F tabel dengan total sampel (n) = 72; total variabel (k) = 2; taraf substansial $\alpha$  = 0,05; df1 = k - 1 = 2 - 1 = 1 dan df2 = n - k = 72 - 2 = 70 diperoleh value F tabel 0,05 (1:70) sebesar 3,98.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1250.291	2	625.146	16.656	.001 <sup>b</sup>
	Residual	2589.730	69	37.532		
	Total	3840.021	71			

a. Dependent Variable: PAD  
b. Predictors: (Constant), Pajak Reklame, Pajak Hiburan

*Sumber: Output SPSS 27*

Bertolak dari hasil pengujian mengaplikasikan uji F, diperoleh value F kalkulasi sebesar  $16,656 > F$  tabel sebesar  $3,98$  dan value value penting  $< 0,05$  ( $0,001 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang melibatkan variabel pajak hiburan dan pajak reklame secara kolektif berimplikasi substansial atas PAD. Dengan demikian  $H_{a.3}$  diterima, yakni pajak hiburan dan pajak reklame berimplikasi substansial atas PAD.

### C. Pembahasan

Bertolak dari hasil regresi linear berganda dengan Pajak Hiburan dan Pajak Reklame sebagai variabel independen dan PAD sebagai variabel dependen, diperoleh bahwa pajak hiburan mempunyai value substansial  $0,001 < 0,05$  sehingga  $H_{a.1}$  diterima, artinya pajak hiburan berpengaruh substansial dan positif atas PAD, sejalan dengan penelitian (Sri Mulyani et al., 2022), sehingga diperlukan peningkatan efektivitas pengelolaan dan pendataan. Pajak reklame mempunyai value substansial  $0,03 < 0,05$  sehingga  $H_{a.2}$  diterima, artinya pajak reklame berpengaruh substansial dan positif atas PAD, sejalan dengan penelitian (Rahmadini & Kurniawan, 2022), sehingga diperlukan penguatan strategi pendataan. Secara simultan, value F kalkulasi sebesar  $16,656 > F$  tabel  $3,98$  dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga  $H_{a.3}$  diterima, artinya pajak hiburan dan pajak reklame bersama-sama berpengaruh substansial dan positif atas PAD, sejalan dengan penelitian (Silalahi & Aisyah, 2024), sehingga diperlukan pengelolaan dan pendataan maksimal agar kontribusinya meningkat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Bertolak dari penelitian mengenai pengaruh pajak hiburan dan pajak reklame atas pendapatan asli daerah (PAD) DKI Jakarta rentang tahun 2018 - 2023, periset dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pajak Hiburan mempunyai pengaruh positif dan substansial terhadap Pendapatan Asli Daerah.
2. Pajak Reklame mempunyai pengaruh positif dan substansial terhadap Pendapatan Asli Daerah.
3. Pajak hiburan dan pajak reklame berpengaruh substansial secara bersama-sama atas Pendapatan Asli Daerah.

### B. Saran

Bertolak dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, periset menyumbangkan saran meliputi:

1. Pemerintah Daerah (Bapenda DKI Jakarta) dapat meningkatkan pengawasan dan strategi dalam pendataan pajak hiburan dan pajak reklame. Salah satunya dengan digitalisasi sistem pelaporan pajak dan memperluas objek pajak hiburan yang belum tergali secara maksimal.
2. Sektor hiburan dan reklame ditargetkan bisa semakin patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Pemerintah juga bisa mempertimbangkan insentif atau kemudahan administratif agar para pelaku usaha di dua sektor ini tetap termotivasi untuk melaporkan dan membayar pajaknya secara tepat waktu.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang juga mungkin berimplikasi atas PAD, seperti pajak restoran atau pajak hotel, agar pengkajiannya bisa lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

Adi, R. H. W., Tinangon, J. J., Elim, I., Efektivitas, E., Pajak, P., Reklame, P., Adi, R. H. W.,

- Tinangon, J. J., & Elim, I. (2020). Evaluasi Efektivitas Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Reklame, Pajak Hiburan Dan Kontribusi Di Pemerintah Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 3-5.
- Anton, F. (2010). Menuju Teori Stewardship Manajemen. *Majalah Ilmiah INFORMATiKA*, 1(2), 61-80.
- Damayanti, W. S. R. (2020). Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan dan Pajak Penerangan Jalan Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 3, 331.
- Naibaho, F., Sondakh, J. J., & Tangkuman, S. (2021). Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Effectiveness and Contribution of Hotel Tax on Local Revenue (Pad). *105 Jurnal EMBA*, 9(3), 105-112.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34600>
- Priyanto, M., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. *Value*, 2(1), 57-66.
- Rahmadini, N., & Kurniawan, B. (2022). Pengaruh Kontribusi Pajak Restoran , Pajak Hiburan , Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 4750-4765.
- Rufaidah, F., & Noviani, D. (2023). Pengaruh Tarif Bea Masuk, Volume Impor, Dan Nilai Impor Terhadap Penerimaan Bea Masuk. *Jurnal Financia : Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 23-32.
- Silalahi, K., & Aisyah, S. (2024). Pengaruh Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kotamedan (Studi Kasus Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Medan). *Jurnal Widya*, 5(2), 2179-2189.
- Sri Mulyani, H., Dasuki, T. M. S., & Amnah, N. (2022). Analisis Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Majalengka Berdasarkan Pajak Hiburan, Pajak Restoran Dan Pajak Hotel. *J- Aksi : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 241-258.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Issue April).
- Suha Bahmid, N., & Wahyudi, H. (2018). Pengaruh Pemungutan Pajak Hotel Dan Pajak Hiburan Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 18(1), 14-26.
- Suryaningsih, A. (2023). Contribution Analysis of Local Taxes and Contributions to Local Revenue in Blitar Regency. *Journal of Economic Student Research*, 5(1), 1-14.