

PENGARUH PENERIMAAN PAJAK HOTEL DAN PAJAK REKLAME TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI MELALUI PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KOTA JAMBI

Qatrunnada Insyirah. E¹, Erni Achmad², Jaya Kusuma Edy³
nadainsyirah56@gmail.com¹, erni_achmad@unja.ac.id², jaykused@unja.ac.id³
Universitas Jambi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerimaan Pajak Hotel (X1) dan Pajak Reklame (X2) terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Y) baik secara langsung maupun melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagai variabel intervening (Z) di Kota Jambi. Pertumbuhan ekonomi daerah yang stabil memerlukan dukungan finansial yang berkelanjutan, di mana optimalisasi pajak daerah memegang peranan strategis sebagai sumber utama PAD. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data sekunder runtut waktu (time series) periode 2015–2024 yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan instansi terkait di Kota Jambi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, analisis jalur (path analysis) yang didukung oleh uji regresi linear berganda, serta uji mediasi menggunakan pendekatan bootstrap untuk menguji peran mediasi PAD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Pajak Hotel dan Pajak Reklame berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah serta pertumbuhan ekonomi di Kota Jambi. Selain itu, Pendapatan Asli Daerah terbukti mampu memediasi hubungan antara penerimaan pajak daerah tersebut terhadap akselerasi pertumbuhan ekonomi. Temuan ini mengindikasikan bahwa optimalisasi pemungutan Pajak Hotel dan Pajak Reklame melalui kebijakan yang tepat dapat memperkuat kapasitas fiskal daerah dan memacu pembangunan ekonomi secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Pajak Hotel, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah (PAD), Pertumbuhan Ekonomi.

Abstract

This study aims to analyze the effect of Hotel Tax (X1) and Advertising Tax (X2) on Economic Growth (Y), both directly and through Regional Original Income (PAD) as an intervening variable (Z) in Jambi City. Stable regional economic growth requires sustainable financial support, where the optimization of regional taxes plays a strategic role as the main source of PAD. This study employs a quantitative approach using time-series secondary data from the 2015–2024 period obtained from the Central Bureau of Statistics (BPS) and relevant agencies in Jambi City. The data analysis techniques include descriptive analysis, path analysis supported by multiple linear regression analysis, and a bootstrap mediation test to examine the mediating role of PAD. The results indicate that partially, Hotel Tax and Advertising Tax affect Regional Original Income as well as economic growth in Jambi City. Furthermore, Regional Original Income is proven to mediate the relationship between these regional tax revenues and the acceleration of economic growth. These findings indicate that optimizing the collection of Hotel Tax and Advertising Tax through appropriate policies can strengthen regional fiscal capacity and stimulate sustainable economic development.

Keywords: Hotel Tax, Advertising Tax, Regional Original Income (PAD), Economic Growth.

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang stabil, didorong oleh berbagai sektor strategis, salah satunya adalah sektor jasa, termasuk di dalamnya industri perhotelan dan industri periklanan yang menjadi bagian penting dalam mendukung kegiatan ekonomi, pariwisata, serta pertumbuhan usaha di berbagai daerah. Industri perhotelan menyediakan layanan akomodasi dengan menawarkan

kamar untuk tamu serta dilengkapi dengan layanan makanan, minuman, dan fasilitas penunjang lainnya yang sangat dibutuhkan oleh wisatawan, pelaku bisnis, maupun masyarakat umum (Mularsari & Farika, 2022).

Kemandirian dalam mengelola potensi keuangan menjadi aspek vital bagi daerah dalam menjalankan otonomi dan program pembangunan. Dengan menggali sumber pendapatan yang andal secara mandiri, pemerintah daerah dapat meminimalkan ketergantungan anggaran kepada pemerintah pusat. Hal ini memastikan fungsi pemerintahan tetap berjalan efektif melalui pendanaan yang berkelanjutan. Otonomi ini memungkinkan daerah untuk menyesuaikan kebijakan keuangan berdasarkan kondisi dan kebutuhan lokal.

Pajak merupakan salah satu sumber utama pendapatan negara yang berperan penting dalam membiayai berbagai program pembangunan demi kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia (Ilanoputri, 2020). Pemungutan pajak dilakukan dari warga negara dan bersifat wajib, bahkan dapat dikenakan sanksi apabila tidak dipenuhi. Merujuk pada ketentuan hukum, Pajak Daerah didefinisikan sebagai setoran wajib dari masyarakat dan pelaku usaha kepada otoritas lokal (Ariffin & Sitabuana, 2022). Karakteristik utama dari pajak ini adalah ketiadaan kontraprestasi langsung bagi wajib pajak; namun, dana tersebut menjadi instrumen vital dalam menggerakkan roda pemerintahan serta meningkatkan kualitas hidup warga di daerah tersebut.

Potensi pajak daerah, khususnya dari kategori hotel dan reklame, terus meningkat seiring dengan fokus pemerintah pada penguatan industri jasa dan pariwisata (Candrasari & Ngumar, 2016). Hal ini merupakan manifestasi dari semangat otonomi daerah yang memberikan kewenangan nyata bagi pemerintah setempat untuk mengurus rumah tangganya sendiri (M. Noor, 2012). Secara lebih spesifik, kapasitas finansial mandiri dalam membiayai berbagai kewenangan publik menjadi indikator utama keberhasilan daerah dalam menjalankan fungsi otonominya (Diaman & Handayani, 2023).

Layanan penginapan yang disediakan oleh pengusaha hotel kepada konsumen menjadi objek pajak daerah sebagaimana diatur dalam UU No. 28 Tahun 2009. Kontribusi dari sektor ini diposisikan sebagai komponen vital bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dengan demikian, berbagai program pembangunan daerah dapat didanai secara mandiri melalui akumulasi dari pajak jasa perhotelan tersebut. Definisi hotel dalam peraturan ini menyasar pada tempat-tempat usaha yang menyewakan ruang untuk menginap atau beristirahat, termasuk segala jenis fasilitas ekstra yang tersedia di dalamnya.

Selain pajak hotel, pajak reklame juga memiliki peran strategis dalam mendukung pendapatan daerah. Iklan dan promosi, khususnya dalam bentuk reklame luar ruang, menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas bisnis di Kota Jambi. Reklame sendiri merujuk pada segala bentuk media, benda, tindakan, atau alat yang dirancang secara visual. Media reklame ini dapat dinikmati oleh publik melalui penglihatan, pendengaran, atau bahkan melalui kesan yang ditimbulkannya. Peningkatan jumlah reklame yang dipasang oleh pelaku usaha menandakan tingginya aktivitas ekonomi dan kompetisi pasar. Melalui kebijakan perpajakan yang tepat dan pengelolaan yang efektif, pemerintah daerah dapat memaksimalkan potensi penerimaan untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan.

Kota Jambi, sebagai ibu kota Provinsi Jambi yang memiliki 11 kecamatan, merupakan salah satu daerah yang aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonominya melalui pemanfaatan berbagai potensi lokal. Salah satu cara yang dilakukan pemerintah daerah adalah dengan mengembangkan sektor jasa, khususnya perhotelan

dan periklanan. Kedua sektor ini memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat dan menjadi sumber penerimaan daerah melalui pajak hotel dan pajak reklame. Seiring dengan meningkatnya kegiatan pariwisata dan komersial di Kota Jambi, potensi kontribusi dari sektor perhotelan dan reklame terhadap pertumbuhan ekonomi daerah semakin besar.

Meskipun beberapa tahun belum sepenuhnya mencapai target yang ditetapkan, kinerja penerimaan pajak secara umum mengalami tren positif. Fenomena ini menunjukkan bahwa efisiensi pemungutan pajak daerah terus membaik. Kemajuan tersebut didorong oleh penerapan kebijakan intensifikasi dan ekstensifikasi yang dibarengi dengan inisiatif untuk mendorong kepatuhan para pembayar pajak secara lebih masif.

Perkembangan target dan realisasi penerimaan pajak daerah Kota Jambi selama periode 2015 hingga 2024 menunjukkan dinamika yang fluktuatif namun terus mengalami peningkatan tren penerimaan secara umum. Pada tahun 2015, dari total target pajak daerah sebesar Rp190.882.000.000, realisasi yang berhasil dicapai adalah sebesar Rp147.889.448.230 (77,48%), yang didukung oleh realisasi sektor utama seperti Pajak Hotel sebesar Rp6.929.780.174 (69,30%) dan Pajak Reklame sebesar Rp6.000.440.224 (60,00%). Pada tahun 2016, target meningkat menjadi Rp187.252.000.000 dengan realisasi sebesar Rp158.740.884.098 (84,77%), di mana Pajak Hotel menyumbang Rp9.559.528.743 (91,04%) dan Pajak Reklame sebesar Rp8.475.131.873 (84,75%). Kinerja pemungutan semakin membaik pada tahun 2017 dengan total target sebesar Rp198.940.000.000 dan realisasi mencapai Rp201.429.750.673 (101,25%), rinciannya Pajak Hotel sebesar Rp10.067.000.681 (85,31%) dan Pajak Reklame sebesar Rp9.803.137.274 (96,11%). Tren positif berlanjut pada tahun 2018 di mana target sebesar Rp203.500.000.000 terealisasi sebesar Rp215.444.388.499 (105,87%), dengan Pajak Hotel mencapai Rp12.802.676.954 (116,39%) dan Pajak Reklame sebesar Rp11.091.308.425 (110,91%). Capaian tersebut kembali melampaui target pada tahun 2019 dengan target Rp242.090.000.000 dan realisasi sebesar Rp255.915.037.458 (105,71%), yang mencakup Pajak Hotel sebesar Rp17.621.003.070 (123,79%) serta Pajak Reklame sebesar Rp12.383.626.667 (114,13%).

Kendati demikian, tantangan muncul pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19, di mana dari target Rp232.060.000.000 realisasi pajak daerah terkoreksi menjadi Rp232.254.126.852 (100,08% dari target yang disesuaikan/bergeser, dengan Pajak Hotel sebesar Rp11.981.250.000 / 100,00% dan Pajak Reklame sebesar Rp11.934.126.852 / 101,74%). Memasuki tahun 2021, total target ditetapkan sebesar Rp297.860.000.000 dengan realisasi sebesar Rp244.016.777.518 (81,92%), di mana Pajak Hotel merealisasikan Rp15.320.685.391 (55,27%) dan Pajak Reklame sebesar Rp11.566.179.668 (71,71%). Pemulihan ekonomi semakin terlihat pada tahun 2022 dengan target sebesar Rp320.380.000.000 dan realisasi mencapai Rp301.796.809.124 (94,20%), yang didukung oleh Pajak Hotel sebesar Rp21.393.567.546 (83,90%) dan Pajak Reklame sebesar Rp10.206.802.989 (46,02%). Pada tahun 2023, target pajak daerah dipatok pada angka Rp370.000.000.000 dengan realisasi sebesar Rp325.296.715.274 (87,92%), rinciannya Pajak Hotel sebesar Rp24.228.723.691 (80,76%) dan Pajak Reklame sebesar Rp9.199.744.157 (27,46%). Terakhir, pada tahun 2024, dari total target sebesar Rp345.000.000.000, realisasi pajak daerah Kota Jambi tercatat mencapai Rp330.056.169.247 (95,67%), dengan kontribusi Pajak Hotel sebesar Rp26.858.020.607 (96,09%) dan Pajak Reklame sebesar Rp9.981.416.423 (103,97%).

Fluktuasi target dan capaian realisasi pada sektor pajak hotel dan pajak reklame memberikan gambaran mengenai dinamika pendapatan asli daerah di Kota Jambi. Secara spesifik, performa realisasi pajak hotel mencerminkan aktivitas sektor jasa akomodasi dan pariwisata, sementara pajak reklame menjadi indikator atas tingkat intensitas promosi dan geliat aktivitas komersial pelaku usaha di wilayah tersebut. Perbandingan antara angka target dan realisasi yang disajikan dalam tabel ini menunjukkan tingkat efektivitas pemungutan pajak yang bervariasi setiap tahunnya, yang mencerminkan sejauh mana potensi pajak telah dioptimalkan oleh pemerintah daerah

Dalam konteks penelitian skripsi mengenai pengaruh pajak hotel dan pajak reklame terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Jambi, data realisasi ini berfungsi sebagai variabel penting untuk menganalisis kontribusi sektor pajak tersebut dalam membiayai pembangunan ekonomi daerah. Dengan menganalisis tren realisasi pajak hotel dan reklame dari tahun ke tahun, peneliti dapat mengidentifikasi apakah peningkatan penerimaan dari kedua sektor ini memiliki korelasi yang signifikan terhadap akselerasi pertumbuhan ekonomi, baik melalui belanja modal pemerintah maupun peningkatan iklim investasi.

Dapat dilihat bahwa target dan realisasi penerimaan pajak daerah Kota Jambi mengalami pertumbuhan yang signifikan selama periode 2015 hingga 2024. Pada awal periode, tahun 2015, realisasi pajak hanya mencapai Rp 147,89 miliar dari target sebesar Rp 186,88 miliar. Namun, sejak tahun 2017 hingga 2019, realisasi mulai melampaui target yang ditetapkan. Kondisi berubah pada tahun 2020, di mana realisasi menurun menjadi Rp 216,96 miliar dari target Rp 255 miliar akibat dampak pandemi COVID-19.

Meskipun sempat terdampak pandemi, tren realisasi pajak daerah kembali meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Tahun 2024 menunjukkan realisasi tertinggi sebesar Rp 350 miliar dari target Rp 390 miliar. Meskipun belum sepenuhnya memenuhi target tiap tahun, pencapaian realisasi pajak terus menunjukkan peningkatan. Hal ini mencerminkan adanya perbaikan dalam kinerja fiskal pemerintah daerah dalam mengelola sumber-sumber penerimaan pajak.

Salah satu jenis pajak yang relevan dengan perkembangan sektor jasa dan periklanan di Kota Jambi adalah Pajak Hotel dan Pajak Reklame. Kedua jenis pajak ini memberikan sumbangsih terhadap penerimaan daerah karena berkaitan erat dengan aktivitas usaha, promosi, dan konsumsi publik yang berkembang pesat di wilayah perkotaan seperti Kota Jambi. Pajak Hotel menjadi salah satu indikator geliat sektor pariwisata dan akomodasi, sedangkan Pajak Reklame mencerminkan dinamika sektor periklanan serta intensitas kegiatan promosi dari berbagai usaha dan layanan. Oleh karena itu, pertumbuhan keduanya tidak hanya merefleksikan keberhasilan dalam pemungutan pajak, namun juga menunjukkan pertumbuhan ekonomi lokal dari sisi konsumsi dan investasi sektor swasta. Berikut adalah data realisasi pajak hotel dan pajak restoran daerah Kota Jambi tahun 2015–2024:

Tabel 1 Realisasi Pajak Hotel dan Pajak Restoran Daerah Kota Jambi Tahun 2015–2024

No	Tahun	Jenis Pajak	
		Pajak Hotel (Milliar Rupiah)	Pajak Reklame (Milliar Rupiah)
1	2015	6.929	6.000
2	2016	9.559	8.475
3	2017	10.067	9.803
4	2018	12.802	11.091

5	2019	15.043	12.383
6	2020	10.957	11.942
7	2021	15.320	11.566
8	2022	22.311	14.471
9	2023	27.715	17.187
10	2024	31.158	21.659

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jambi

Berdasarkan Tabel 1, realisasi penerimaan pajak daerah Kota Jambi dari sektor Pajak Hotel dan Pajak Reklame selama periode 2015 hingga 2024 menunjukkan tren peningkatan yang cukup konsisten dan signifikan. Pajak Hotel mengalami kenaikan dari Rp6,92 miliar pada tahun 2015 menjadi Rp31,15 miliar pada tahun 2024. Pertumbuhan ini mencerminkan adanya peningkatan aktivitas di sektor perhotelan, baik akibat pertumbuhan jumlah wisatawan maupun pelaku bisnis, serta didukung oleh pemulihan ekonomi pasca-pandemi yang mulai terlihat sejak tahun 2021. Sementara itu, Pajak Reklame juga menunjukkan peningkatan dari Rp6 miliar pada tahun 2015 menjadi Rp21,65 miliar pada tahun 2024. Peningkatan ini mengindikasikan tumbuhnya aktivitas usaha dan pemasaran di Kota Jambi, di mana pelaku bisnis semakin aktif memanfaatkan media reklame untuk menjangkau konsumen. Meskipun terdapat sedikit fluktuasi pada tahun 2020 dan 2021 yang kemungkinan dipengaruhi oleh pandemi, tren jangka panjang tetap menunjukkan kenaikan.

Pajak hotel menyasar seluruh jasa yang diberikan oleh penyedia penginapan kepada konsumennya, termasuk aspek konsumsi dan fasilitas terkait. Sementara itu, pajak reklame dikenakan pada media publikasi visual dan audio-visual. Selain kontribusinya terhadap anggaran daerah, tren pemungutan kedua pajak ini memberikan gambaran objektif mengenai kondisi ekonomi, di mana kenaikannya menandakan pertumbuhan pada sektor perhotelan dan geliat promosi di dunia usaha.

Pajak Hotel dan Pajak Reklame berperan langsung dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Pajak Hotel merepresentasikan meningkatnya aktivitas sektor jasa perhotelan yang berkaitan erat dengan mobilitas masyarakat, pariwisata, dan kegiatan bisnis. Meningkatnya permintaan akan layanan hotel juga berarti bertambahnya konsumsi masyarakat dan peluang kerja, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan daerah dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Di sisi lain, Pajak Reklame merupakan indikator intensitas promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha (Prakoso, 2022).

Meningkatnya Pajak Hotel dan Pajak Reklame secara tidak langsung menggambarkan kondisi ekonomi masyarakat dan sektor bisnis yang kian membaik sebagai pilar utama pembangunan. Berdasarkan tren yang terjadi di Kota Jambi, dapat ditarik kesimpulan bahwa optimalisasi kedua jenis pajak ini berdampak besar terhadap peningkatan kemandirian fiskal serta akselerasi pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut.

Peningkatan pertumbuhan ekonomi menjadi indikator utama dalam perekonomian daerah. Pembangunan ekonomi yang melibatkan pertumbuhan ekonomi yang menyertai perubahan menjadi topik penting dalam diskusi pembangunan ekonomi. Todaro & Smith (2012) menegaskan bahwa pembangunan esensinya adalah memperluas akses kebutuhan dasar serta memperbaiki taraf hidup melalui peningkatan pendapatan dan peluang sosial-ekonomi. Dalam konteks nasional, hal ini dicapai dengan memperkuat kapasitas daerah melalui kebijakan otonomi daerah. Dengan kewenangan yang mandiri dan bertanggung jawab,

pemerintah daerah diharapkan mampu menciptakan tata kelola profesional yang menjamin penyediaan layanan publik berkualitas bagi masyarakat.

Jika di tingkat nasional digunakan Produk Domestik Bruto (PDB) sebagai indikator utama dalam mengukur pertumbuhan ekonomi, maka di tingkat regional indikator yang digunakan adalah Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Secara konseptual, PDRB mencerminkan nilai tambah agregat dari seluruh aktivitas ekonomi di suatu wilayah dalam kurun waktu tertentu. Adisasmita (2013) menegaskan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak lepas dari pengaruh faktor-faktor ekonomi fundamental. Hal ini meliputi pemanfaatan sumber daya alam, penumpukan modal, efektivitas organisasi, serta adopsi teknologi terkini yang dibarengi dengan pengaturan pembagian kerja untuk mencapai skala produksi yang maksimal. Pemanfaatan sumber daya secara optimal, dukungan investasi, serta efisiensi dalam proses produksi akan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

PDRB memiliki peran krusial bukan sekadar sebagai parameter pertumbuhan, melainkan juga sebagai instrumen evaluasi, perencanaan strategis, dan tolok ukur kinerja ekonomi daerah. Penggunaan PDRB harga berlaku maupun harga konstan sangat penting karena mampu menggambarkan potret ekonomi terkini serta pertumbuhan riil wilayah yang akurat tanpa bias inflasi. Oleh sebab itu, optimalisasi potensi ekonomi daerah menjadi langkah strategis untuk mendorong peningkatan PDRB dan memperkuat pertumbuhan ekonomi di setiap wilayah. Adapun Pertumbuhan ekonomi di Kota Jambi adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Pertumbuhan Ekonomi di Kota Jambi berdasarkan PDRB ADHK tahun 2015-2024

No	Tahun	PDRB ADHK (Milliar Rupiah)	Pertumbuhan Ekonomi (%)
1	2015	15852	0,0
2	2016	16936	6,8
3	2017	17728	4,7
4	2018	18668	5,3
5	2019	19551	4,7
6	2020	18.721	-4,2
7	2021	19.494	4,1
8	2022	20.540	5,4
9	2023	21.810	6,2
10	2024	22.896	5,0

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi

Berdasarkan Tabel 2, pertumbuhan ekonomi Kota Jambi selama periode 2015 hingga 2024 menunjukkan dinamika yang cukup fluktuatif namun tetap berada dalam tren positif secara jangka panjang. Pada tahun 2015, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan (ADHK) tercatat sebesar Rp15.852 miliar, dan terus meningkat hingga mencapai Rp22.896 miliar pada tahun 2024. Laju pertumbuhan ekonomi tertinggi terjadi pada tahun 2016 sebesar 6,8%, mencerminkan percepatan pemulihan ekonomi pasca perlambatan di tahun sebelumnya. Selanjutnya, pertumbuhan bergerak stabil di kisaran 4,7%–5,3% hingga tahun 2019. Namun, pada tahun 2020 terjadi kontraksi ekonomi sebesar -4,2% sebagai dampak langsung dari pandemi COVID-19, yang melumpuhkan sebagian besar sektor ekonomi. Meski demikian, perekonomian Kota Jambi mampu bangkit kembali dengan pertumbuhan positif sebesar 4,1% pada tahun 2021, dan terus meningkat menjadi 5,4% di tahun 2022, serta mencapai puncaknya pada 6,2% di tahun 2023. Meskipun pada 2024 terjadi sedikit perlambatan menjadi 5,0%, hal ini tetap mencerminkan kestabilan dan

keberlanjutan pemulihan ekonomi.

Pemerintah daerah saat ini didorong untuk meningkatkan kemandirian finansial melalui pemanfaatan potensi lokal sesuai prinsip otonomi. Dengan berlakunya UU No. 1 Tahun 2022 (UU HKPD), daerah memiliki basis hukum yang lebih kuat untuk mengelola urusan fiskal dan kebijakan pajak secara mandiri. Di antara berbagai instrumen yang ada, Pajak Hotel dan Pajak Reklame dipandang sebagai kontributor vital yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi pada tingkat kabupaten maupun kota.

Kesejahteraan masyarakat dan daya beli yang kuat merupakan dampak nyata dari pertumbuhan ekonomi daerah yang progresif. Oleh karena itu, percepatan pembangunan ekonomi membutuhkan dukungan finansial yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, pajak daerah muncul sebagai sumber pendapatan vital yang memungkinkan pemerintah daerah mendanai berbagai program strategis demi kemajuan wilayahnya.

Dalam penelitiannya yang berjudul Efektivitas dan Kontribusi Pajak Hotel dan Pajak Reklame dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Makassar, Dewi dan Fadhillah (2017) menyoroti ketimpangan kontribusi kedua pajak tersebut. Sementara pajak hotel terbukti menjadi sumber pendapatan yang andal bagi PAD tiap tahunnya, pajak reklame justru menunjukkan performa yang kurang memuaskan. Rendahnya kontribusi pajak reklame dipicu oleh tren realisasi yang stagnan dan cenderung menurun. Muhammad Kharis Alfitho (2024) dalam penelitiannya di Kota Yogyakarta menemukan bahwa pajak hotel memiliki peran paling signifikan terhadap PAD, yakni sebesar 21,997%, meskipun ketiga jenis pajak yang diteliti bersifat fluktuatif. Sebaliknya, pajak reklame memberikan dampak yang relatif kecil terhadap peningkatan pendapatan daerah. Senada dengan hal tersebut, Ledy Meirin (2019) mencatat bahwa di Kota Palembang, pajak hotel, restoran, dan reklame belum mampu mendorong PAD secara berarti.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak hotel dan pajak reklame memiliki kontribusi dalam penerimaan daerah, tetapi tingkat efektivitasnya dalam meningkatkan pendapatan atau pertumbuhan ekonomi berbeda-beda antar daerah. Namun demikian, penelitian sebelumnya umumnya hanya meneliti kontribusi terhadap PAD, bukan secara khusus meneliti peran dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah informasi melalui pendekatan ilmiah mengenai pengaruh pajak hotel dan pajak reklame terhadap akselerasi ekonomi di wilayah Kota Jambi. Atas dasar pemikiran tersebut, penulis menetapkan fokus studi lebih lanjut yang dituangkan dalam judul: "Pengaruh Penerimaan Pajak Hotel Dan Pajak Reklame Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Melalui Pendapatan Asli Daerah Di Kota Jambi".

Berlandaskan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi, sekaligus menguji peran PAD sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kedua pajak tersebut dengan pertumbuhan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori serta analisis data runtut waktu (*time series*) periode 2015–2024 untuk menguji pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Jambi, baik secara langsung maupun melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagai variabel

intervening. Data sekunder yang digunakan diperoleh dari dokumen resmi Pemerintah Kota Jambi, BPPRD, dan BPS, dengan teknik pengumpulan data berupa metode dokumentasi.

Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) yang didukung oleh uji asumsi klasik, uji stasioneritas *Augmented Dickey-Fuller* (ADF) untuk menghindari regresi semu, serta pengujian signifikansi efek mediasi menggunakan metode bootstrap dengan 10.000 *resampling*. Penelitian ini juga menerapkan pengujian tambahan (*robustness check*), seperti penambahan variabel *dummy* COVID-19, untuk memastikan keandalan hasil analisis pada tingkat signifikansi $\alpha = 5$ persen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Analisis

Bab ini menyajikan hasil analisis pengaruh penerimaan Pajak Hotel (X1) dan Pajak Reklame (X2) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Jambi (Y) melalui Pendapatan Asli Daerah/PAD (Z) sebagai variabel *intervening*. Analisis menggunakan data tahunan periode 2015-2024. Pemilihan periode tersebut didasarkan pada ketersediaan seri data yang dapat disandingkan secara konsisten untuk keempat variabel. Pertumbuhan ekonomi diukur menggunakan laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan, sedangkan Pajak Hotel, Pajak Reklame, dan PAD menggunakan nilai realisasi penerimaan.

Metode yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan dua persamaan regresi. Persamaan pertama menguji pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap PAD. Persamaan kedua menguji pengaruh Pajak Hotel, Pajak Reklame, dan PAD terhadap pertumbuhan ekonomi. Selanjutnya dihitung pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung melalui PAD, dan pengaruh total.

B. Deskripsi Data Penelitian

Tabel 3 Data Penelitian Kota Jambi Tahun 2015-2024

Tahun	Pajak Hotel X1 (Rp miliar)	Pajak Reklame X2 (Rp miliar)	PAD Z (Rp miliar)	Pertumbuhan Y (%)
2015	6.930	6.000	263.926	5.58
2016	9.560	8.475	287.525	6.81
2017	10.067	9.803	397.328	4.68
2018	12.803	11.090	338.892	5.30
2019	17.621	12.384	393.430	4.73
2020	10.747	11.942	355.675	-4.24
2021	15.321	11.566	384.731	4.13
2022	21.394	10.207	437.026	5.37
2023	24.229	9.200	448.461	6.18
2024	26.858	9.981	2.597	4,88

Sumber : Hasil Olah Data, 2026

Tabel 3 menunjukkan kecenderungan peningkatan penerimaan Pajak Hotel dan PAD dalam jangka panjang, meskipun terdapat fluktuasi pada beberapa tahun. Tahun 2020 menjadi periode yang menonjol karena pertumbuhan ekonomi Kota Jambi mengalami kontraksi sebesar -4,24 persen, bersamaan dengan penurunan penerimaan Pajak Hotel. Kondisi tersebut menunjukkan adanya guncangan eksternal yang perlu diperhatikan ketika menafsirkan hubungan antarvariabel.

C. Hasil Analisis Jalur

1. Pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap PAD

Persamaan struktural pertama digunakan untuk menguji pengaruh Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap PAD. Berdasarkan estimasi regresi diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Z = 55,862 + 10,318 X_1 + 15,529 X_2 + e_1$$

Tabel 4 Hasil Regresi Persamaan Struktural I

Variabel	Koefisien	p-value	Arah	Keputusan
Pajak Hotel (X1)	10,318	0,0052	Positif	Signifikan
Pajak Reklame (X2)	15,529	0,0461	Positif	Signifikan

Sumber : Hasil Olah Data, 2026

Koefisien Pajak Hotel sebesar 10,318 dengan p-value 0,0052 menunjukkan bahwa Pajak Hotel mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap PAD pada taraf signifikansi 5 persen. Dalam satuan yang digunakan, peningkatan penerimaan Pajak Hotel sebesar Rp1 miliar berkaitan dengan peningkatan PAD sekitar Rp10,318 miliar dengan asumsi Pajak Reklame tetap. Hasil ini menunjukkan bahwa perkembangan aktivitas perhotelan dan penerimaan pajaknya berjalan searah dengan kemampuan daerah dalam menghasilkan PAD.

Pajak Reklame memiliki koefisien 15,529 dengan p-value 0,0461. Dengan demikian, Pajak Reklame juga berhubungan positif dan signifikan dengan PAD. Nilai R kuadrat sebesar 0,8552 menunjukkan bahwa sekitar 85,52 persen variasi PAD pada sampel dapat dijelaskan secara statistik oleh variasi Pajak Hotel dan Pajak Reklame, sedangkan sisanya berkaitan dengan sumber PAD lain dan faktor di luar model.

Meskipun demikian, interpretasi koefisien perlu dilakukan secara hati-hati karena Pajak Hotel dan Pajak Reklame secara akuntansi merupakan bagian dari pajak daerah yang menjadi salah satu komponen PAD. Dengan demikian terdapat hubungan bagian-keseluruhan (part-whole relationship). Temuan ini lebih tepat dipahami sebagai kekuatan kontribusi dan keterkaitan empiris, bukan sebagai bukti kausal murni.

2. Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Reklame, dan PAD terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Persamaan struktural kedua digunakan untuk menguji pengaruh langsung Pajak Hotel, Pajak Reklame, dan PAD terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Jambi. Hasil estimasi menghasilkan persamaan:

$$Y = 13,476 + 0,344 X_1 - 0,968 X_2 - 0,0118 Z + e_2$$

Tabel 5 Hasil Regresi Persamaan Struktural II

Variabel	Koefisien	p-value	Arah	Keputusan
Pajak Hotel (X1)	0,344	0,2057	Positif	Tidak signifikan
Pajak Reklame (X2)	-0,968	0,0767	Negatif	Tidak signifikan pada 5%
PAD (Z)	-0,0118	0,5463	Negatif	Tidak signifikan

Sumber : Hasil Olah Data, 2026

Pajak Hotel mempunyai koefisien positif sebesar 0,344, tetapi p-value 0,2057 lebih besar dari 0,05. Artinya, setelah PAD dan Pajak Reklame dikendalikan, belum terdapat bukti statistik yang cukup bahwa perubahan Pajak Hotel pada tahun yang sama memengaruhi laju pertumbuhan ekonomi Kota Jambi.

Pajak Reklame mempunyai koefisien -0,968 dengan p-value 0,0767. Pada taraf signifikansi 5 persen pengaruh tersebut belum signifikan. Koefisien negatif tidak boleh langsung diartikan bahwa peningkatan Pajak Reklame menurunkan pertumbuhan

ekonomi, karena sampel sangat kecil, terdapat tren antarvariabel, dan terdapat guncangan besar pada tahun 2020.

PAD mempunyai koefisien $-0,0118$ dengan p -value $0,5463$, sehingga jalur PAD terhadap pertumbuhan ekonomi tidak signifikan. Nilai R kuadrat persamaan kedua sebesar $0,5644$ menunjukkan bahwa sekitar $56,44$ persen variasi pertumbuhan ekonomi dalam sampel dapat diterangkan oleh ketiga variabel dalam model. Namun probabilitas uji F sekitar $0,0714$ menunjukkan bahwa model keseluruhan belum signifikan pada taraf 5 persen.

3. Pengaruh Tidak Langsung melalui PAD

Untuk menentukan apakah PAD berperan sebagai variabel intervening, dihitung pengaruh tidak langsung Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap pertumbuhan ekonomi melalui PAD.

Tabel 6 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Hubungan	Direct Effect	Indirect Effect via PAD	Bootstrap 95% CI	Kesimpulan
X1 -> Y	0,344	-0,122	-1,734 s.d. 0,126	Mediasi terbukti tidak
X2 -> Y	-0,968	-0,183	-1,573 s.d. 0,341	Mediasi terbukti tidak

Sumber : Hasil Olah Data, 2026

Pengaruh tidak langsung Pajak Hotel terhadap pertumbuhan ekonomi melalui PAD sebesar $-0,122$. Hasil bootstrap 10.000 resampling menghasilkan interval kepercayaan 95 persen antara $-1,734$ sampai $0,126$. Karena interval tersebut melintasi angka nol, efek tidak langsung tidak signifikan. Dengan demikian, PAD belum terbukti memediasi pengaruh Pajak Hotel terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh tidak langsung Pajak Reklame melalui PAD sebesar $-0,183$ dengan interval kepercayaan bootstrap 95 persen antara $-1,573$ sampai $0,341$. Interval tersebut juga melintasi angka nol. Oleh karena itu, PAD belum terbukti memediasi pengaruh Pajak Reklame terhadap pertumbuhan ekonomi.

D. Pembahasan

1. Pajak Hotel terhadap PAD

Temuan bahwa Pajak Hotel berhubungan positif dan signifikan dengan PAD konsisten dengan struktur penerimaan daerah, karena penerimaan pajak atas aktivitas perhotelan menjadi salah satu sumber pajak daerah. Secara ekonomi, meningkatnya kegiatan hotel dapat mencerminkan peningkatan mobilitas penduduk, perjalanan bisnis, kegiatan pemerintahan, dan aktivitas pariwisata. Peningkatan basis transaksi tersebut memperluas potensi penerimaan pajak daerah. Dengan demikian, penguatan kepatuhan, digitalisasi pembayaran, pengawasan transaksi, dan pengembangan sektor jasa dapat mendukung optimalisasi penerimaan daerah.

2. Pajak Reklame terhadap PAD

Pajak Reklame juga menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan PAD. Penerimaan ini berkaitan dengan aktivitas promosi dan kegiatan usaha di wilayah perkotaan. Ketika kegiatan perdagangan dan jasa berkembang, kebutuhan pelaku usaha terhadap media promosi cenderung meningkat. Namun optimalisasi Pajak Reklame perlu tetap mempertimbangkan tata ruang, estetika kota, perizinan, dan pengawasan reklame agar peningkatan penerimaan tidak menimbulkan eksternalitas negatif.

3. PAD terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Tidak signifikannya pengaruh PAD terhadap pertumbuhan ekonomi pada tahun yang sama menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas penerimaan daerah belum tentu segera diterjemahkan menjadi kenaikan output riil. PAD merupakan sumber pembiayaan pemerintah daerah, sedangkan dampaknya terhadap perekonomian bergantung pada bagaimana pendapatan tersebut dialokasikan. Apabila peningkatan PAD digunakan untuk belanja modal produktif, infrastruktur, pelayanan publik, pendidikan, kesehatan, dan dukungan terhadap kegiatan ekonomi, dampaknya terhadap pertumbuhan dapat muncul dengan jeda waktu.

Temuan ini juga memberikan alasan untuk mempertimbangkan penggunaan PAD tahun sebelumnya atau lag PAD. Secara fiskal, penerimaan pada suatu tahun dapat baru memberikan pengaruh ekonomi setelah masuk ke dalam proses penganggaran, pelaksanaan belanja, penyelesaian proyek, dan respons sektor swasta. Oleh sebab itu model PAD(t-1) terhadap pertumbuhan ekonomi(t) secara teoritis dapat menjadi pengujian lanjutan yang relevan.

4. Peran PAD sebagai Variabel Intervening

Hasil bootstrap menunjukkan PAD belum berperan sebagai mediator yang signifikan. Kondisi ini terutama disebabkan jalur PAD menuju pertumbuhan ekonomi yang tidak signifikan. Dalam konsep mediasi, hubungan X terhadap Z yang kuat belum cukup; mediator harus memiliki hubungan yang memadai dengan variabel hasil. Karena jalur tersebut tidak terbukti pada periode penelitian, mekanisme Pajak Hotel/Pajak Reklame -> PAD -> Pertumbuhan Ekonomi belum memperoleh dukungan empiris.

Secara substantif, hasil tersebut justru menunjukkan bahwa mekanisme fiskal daerah kemungkinan lebih panjang daripada model mediasi sederhana. Pajak daerah meningkatkan PAD, tetapi PAD perlu ditransmisikan melalui belanja pemerintah yang produktif sebelum memengaruhi aktivitas ekonomi. Dengan demikian, model Pajak Hotel dan Pajak Reklame -> PAD -> Belanja Modal -> Pertumbuhan Ekonomi memiliki dasar ekonomi yang lebih kuat untuk penelitian lanjutan, sepanjang tersedia jumlah observasi yang memadai.

E. Pengujian Hipotesis

Tabel 7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Keputusan
H1	Pajak Hotel berpengaruh terhadap PAD	Diterima
H2	Pajak Reklame berpengaruh terhadap PAD	Diterima
H3	PAD berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	Ditolak/tidak didukung
H4	Pajak Hotel berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan ekonomi	Ditolak/tidak didukung
H5	Pajak Reklame berpengaruh langsung terhadap pertumbuhan ekonomi	Ditolak pada alpha 5%
H6	PAD memediasi pengaruh Pajak Hotel terhadap pertumbuhan ekonomi	Ditolak/tidak didukung
H7	PAD memediasi pengaruh Pajak Reklame terhadap pertumbuhan ekonomi	Ditolak/tidak didukung

F. Implikasi Penelitian

Secara kebijakan, hasil penelitian mengindikasikan bahwa peningkatan penerimaan Pajak Hotel dan Pajak Reklame penting untuk memperkuat PAD, tetapi strategi peningkatan penerimaan sebaiknya tidak berhenti pada pencapaian target fiskal. Pemerintah daerah perlu memastikan bahwa tambahan ruang fiskal diarahkan

pada pengeluaran yang mempunyai multiplier effect terhadap perekonomian lokal. Penguatan kualitas belanja menjadi penghubung penting antara keberhasilan pemungutan pajak dan peningkatan kesejahteraan ekonomi.

Bagi penelitian akademik, hasil ini menegaskan pentingnya membedakan antara peningkatan penerimaan fiskal dan pertumbuhan output riil. Variabel PAD dapat diposisikan sebagai kapasitas fiskal, sedangkan belanja modal atau belanja produktif dapat menjadi mekanisme transmisi yang lebih dekat dengan pertumbuhan ekonomi.

G. Ringkasan Hasil Bab

Secara keseluruhan, Pajak Hotel dan Pajak Reklame mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan PAD Kota Jambi. Namun PAD belum menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pada tahun yang sama. Akibatnya, peran PAD sebagai variabel intervening antara Pajak Hotel maupun Pajak Reklame dan pertumbuhan ekonomi belum terbukti secara statistik. Temuan ini mengarahkan penelitian pada pemahaman bahwa peningkatan penerimaan daerah perlu diikuti kualitas dan komposisi belanja yang produktif serta mempertimbangkan jeda waktu sebelum dampaknya tercermin pada pertumbuhan ekonomi.

H. Uji Asumsi Klasik dan Evaluasi Kelayakan Model

Uji asumsi klasik diperlukan karena analisis jalur dalam penelitian ini dibangun dari regresi Ordinary Least Squares (OLS). Pengujian dilakukan pada residual Persamaan I (PAD sebagai variabel terikat) dan Persamaan II (Pertumbuhan Ekonomi sebagai variabel terikat). Karena data merupakan time series tahunan dengan hanya 12 observasi, diagnostik ini perlu dibaca secara hati-hati dan dilengkapi uji stasioneritas pada analisis final.

Normalitas residual diuji menggunakan Shapiro-Wilk. Persamaan I menghasilkan p-value 0,747 ($>0,05$), sehingga tidak terdapat bukti untuk menolak normalitas residual. Persamaan II menghasilkan p-value 0,028 ($<0,05$), sehingga residual Persamaan II tidak memenuhi asumsi normalitas pada taraf 5 persen. Shock COVID-19 tahun 2020 kemungkinan berkontribusi terhadap penyimpangan ini.

Multikolinearitas diperiksa menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Persamaan I menghasilkan VIF X1 dan X2 masing-masing sekitar 8,28, masih di bawah batas praktis 10 tetapi menunjukkan korelasi cukup tinggi. Persamaan II menghasilkan VIF X1=18,26, X2=31,12, dan PAD=62,16. Dengan demikian terdapat multikolinearitas serius pada Persamaan II. Secara substantif hal ini masuk akal karena Pajak Hotel dan Pajak Reklame merupakan komponen pajak daerah yang ikut membentuk PAD.

Heteroskedastisitas diuji menggunakan Breusch-Pagan. Persamaan I menghasilkan p-value LM 0,284 dan Persamaan II 0,208; keduanya $>0,05$, sehingga belum terdapat bukti heteroskedastisitas.

Autokorelasi diperiksa menggunakan Durbin-Watson dan Breusch-Godfrey lag 1. Durbin-Watson Persamaan I sebesar 1,594 dan Persamaan II 2,265. Breusch-Godfrey menghasilkan p-value 0,739 dan 0,575 ($>0,05$), sehingga tidak terdapat bukti autokorelasi residual orde satu.

Tabel 8 Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Uji	Persamaan I	Persamaan II	Kriteria	Kesimpulan
Normalitas (Shapiro-Wilk)	p=0,747	p=0,028	p>0,05	I memenuhi; II tidak
Multikolinearitas (VIF)	X1=8,28; X2=8,28	X1=18,26; X2=31,12; Z=62,16	VIF<10	Serius pada II
Heteroskedastisitas	p=0,284	p=0,208	p>0,05	Tidak

(BP)				terdeteksi
Autokorelasi (BG lag 1)	$p=0,739$	$p=0,575$	$p>0,05$	Tidak terdeteksi
Durbin-Watson	1,594	2,265	Mendekati 2	Relatif memadai

Sumber : Hasil Olah Data, 2026

1. Implikasi Uji Asumsi Klasik terhadap Hasil Penelitian

Persamaan I relatif lebih memadai untuk estimasi OLS, meskipun VIF mendekati tingkat tinggi. Sebaliknya, Persamaan II menghadapi residual yang tidak normal dan multikolinearitas sangat tinggi. Oleh sebab itu hasil mediasi PAD pada model awal tidak sebaiknya dijadikan kesimpulan final tanpa pengujian tambahan. Perbaikan yang direkomendasikan adalah: menggunakan dummy COVID-19, menguji PAD dengan lag satu tahun, melakukan uji stasioneritas, menggunakan standard error yang robust bila diperlukan, dan mempertimbangkan model transmisi fiskal yang memasukkan Belanja Modal sebagai penghubung PAD dengan pertumbuhan ekonomi.

2. Kesimpulan Kelayakan Model

Dengan hasil diagnostik tersebut, kesimpulan bahwa Pajak Hotel dan Pajak Reklame berkaitan signifikan dengan PAD masih memperoleh dukungan dari Persamaan I. Namun kesimpulan mengenai pengaruh langsung terhadap pertumbuhan ekonomi dan fungsi PAD sebagai mediator harus dikategorikan sebagai temuan eksploratif. Model Persamaan II perlu diperbaiki sebelum dipakai

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pengaruh penerimaan Pajak Hotel dan Pajak Reklame terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Jambi melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebagai variabel intervening periode 2012–2023, dapat disimpulkan bahwa Pajak Hotel dan Pajak Reklame terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara statistik dalam meningkatkan PAD Kota Jambi, di mana keduanya mampu menjelaskan sekitar 85,52 persen variasi PAD. Namun, baik Pajak Hotel, Pajak Reklame, maupun PAD belum terbukti memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi, serta PAD juga belum terbukti berperan sebagai variabel mediasi (*intervening*) yang signifikan pada hubungan tersebut. Model analisis pertumbuhan ekonomi turut menghadapi tantangan berupa multikolinearitas yang tinggi dan karakteristik residual tertentu. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa Pajak Hotel dan Pajak Reklame berperan lebih nyata dalam memperkuat kapasitas fiskal daerah melalui PAD ketimbang berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi, di mana dampak fiskal tersebut diduga memerlukan mekanisme transmisi lanjutan melalui alokasi belanja pemerintah yang produktif serta adanya jeda waktu.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang diajukan meliputi:

1. Pemerintah Kota Jambi perlu meningkatkan penerimaan Pajak Hotel dan Pajak Reklame melalui digitalisasi sistem, perluasan basis data, peningkatan kepatuhan, serta tata kelola perizinan yang memperhatikan estetika kota.
2. Kapasitas fiskal yang meningkat dari PAD harus diarahkan pada belanja produktif yang memiliki multiplier effect terhadap perekonomian, seperti pembangunan infrastruktur, dukungan UMKM, dan pengembangan pariwisata.
3. Peneliti selanjutnya disarankan memperpanjang periode pengamatan (atau menggunakan data panel), menerapkan jeda waktu (lag) pada PAD, memasukkan Belanja Modal sebagai variabel mediasi lanjutan, serta menambahkan variabel

kontrol yang relevan guna memperkuat analisis ekonometrika.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, R. (2013). *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi*. Graha Ilmu. Adisasmita, R. (2013). *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi Pertumbuhan Ekonomi Dan Pertumbuhan Wilayah*. Graha Ilmu.
- Adisasmita, R. (2014). *Pertumbuhan Wilayah Dan Wilayah Pertumbuhan*. Graha Ilmu.
- Amalia, K., Kiftiah, M., & Sulistianingsih, E. (2016). Penerapan Teori Solow Swan Pada Pertumbuhan Ekonomi. *Buletin Ilmiah Mat. Stat. Dan Terapannya (Bimaster)*, 5(1), 39–44.
- Andiny, P., Noviesra, D., Meutia, R., & Indah, D. R. (2020). Analisis Perkembangan Ekonomi Wilayah Sebagai Arahan Pembangunan. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 4(1), 65. <https://doi.org/10.0123/jse.V4i1.2216>
- Ariffin, M., & Sitabuana, T. H. (2022). Sistem Perpajakan Di Indonesia. *Serina Iv Untar*, 2(1), 523–534. <https://doi.org/10.24912/pserina.V2i1.19631>
- Asflara, S., Nurodin, I., & Tanjung, H. (2024). ... Pajak Hotel Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kota Sukabumi: Studi Kasus Pada Badan Pengelolaan Keuangan Dan Pendapatan *Akuntansi* \ '45. <https://doi.org/10.30640/Akuntansi45.V5i1.2490>
- Azis, N. F., Susanto, H., & Yulia, I. A. (2024). Pengaruh Pajak Reklame, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 12027–12042. <https://doi.org/10.35870/emt.V8i4.2942>
- Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bangapadang, A., Alam, S., & Wahda. (2020). Analysis Of The Effect Of Hotel Tax , Restaurant Tax And Reclame Tax On Regional Economic Growth Of North Toraja District. *Global Scientific Journlas*, 8(8), 1733–1742.
- Beti, A., Made, A., & Dianawati, E. (2016). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak (Tax Consciouness), Kejujuran Wajib Pajak (Tax Honesty), Kemauan Membayar Dari Wajib Pajak (Tax Mindedness), Kedisiplinan Wajib Pajak (Tax Disclipne) Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Tax Complience). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi Unikama*, 4(1), 1–14.
- Boediono. (1999). *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Bpfe.
- Candrasari, A., & Ngumar, S. (2016). Kontribusi Pajak Hotel Dan Restoran Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* :, 5(2), 1–22.
- Diaman, T. J., & Handayani, N. (2023). Pengaruh Pad, Dau Dan Dak Terhadap Belanja Modal Dengan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(11). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5616>
- Elfin Siamena, Harijanto Sabijono, & Warongan, J. D. . (2017). Pengaruh Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Manado. *Akuntansi*, 2(2), 124–137. <https://doi.org/10.55606/Akuntansi.V2i2.261>
- Ervina, N., Tan, S., & Achmad, E. (2023). Determinan Penerimaan Pajak Daerah Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Jambi. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1349. <https://doi.org/10.33087/jmas.V8i2.1274>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*.
- Gujarti. (2019). *Basic Econometrics*. Mc Graw Hill Inc.
- Hadi, A. (2018). Analyses The Opportunity Work And Economic Growth Of Town Tidore. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol*, 4(1), 1–22.
- Hakim, D. R., & Dewi, S. R. S. (2021). Regional Economic Growth Based On Tourism, Tax Policy, And Budget Aspects. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 211–236. <https://doi.org/10.24914/jeb.V24i2.4174>
- Haryanto, A. C., Elim, I., & Pusung, R. J. (2021). Analisis Perhitungan Dan Pemotongan Pajak

- Penghasilan Pasal 21 Atas Pegawai Tetap Pada Pt. Jasarharja Putera Cabang Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 153–162.
- Hidayati, M. (2018). Analisis Perubahan Tarif Pajak Daerah Berdasarkan Uu No.28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah (Studi Kasus: Pajak Kendaraan Bermotor (Pkb) Di Provinsi Dki Jakarta). *Reformasi Administrasi*, 3(1), 1–23. <https://doi.org/10.31334/V3i1.94>
- Ilanoputri, S. A. (2020). Pelayanan Yang Diterima Oleh Masyarakat Sebagai Pembayar Pajak Berdasarkan Penerapan Beban Pajak Daerah Yang Diatur Dalam Undang-Undang Pajak Dan Retribusi Daerah. *Cepalo*, 4(2), 143–156. <https://doi.org/10.25041/Cepalo.V4no2.2067>
- Kadafi, M., & Anggraini, T. N. (2022). Penerapan Tax Planning Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Pembayaran Beban Pajak Penghasilan Pada Pt Bintang Kaltim Sangasanga Tahun 2018. *Jurnal Eksis*, 18(2), 71–82. <https://doi.org/10.46964/Eksis.V18i2.309>
- Kogoya, T., M.Koleangan, R. A., & Sumual, J. I. (2018). Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 18 No . 01 Tahun 2018 Analisis Potensi Sektor Unggulan Dan Perubahan Analysis Of Leading Potential And Changing Economic Structure In Mimika Regency Of Papua Province " Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(01), 13–22.
- Lestari Sukartiningsih, L. (2022). The Effect Tax Of: Hotel, Revenue, Restaurant, Entertainment, Advertisement, Street Lighting, And Parking On Local Revenue Of Greater Malang. *International Journal Of Educational Research & Social Sciences*, 3(6), 2392–2402. <https://doi.org/10.51601/Ijersc.V3i6.561>
- Manoy, F. D., Fauziah, F., Anshari, R., & Sabtohadhi, J. (2023). The Influence Of Contribution Of Hotel Tax And Advertising Tax On The Effectiveness Of Regional Original Revenue Of Samarinda City. *Jurnal Scientia*, 12(3), 2608– 2613.
- Moh Hafiz. (2022). Pengaruh Penghasilan Pajak Hotel Dan Pajak Restoran Terhadap Penerimaan Pajak Di Daerah Sumenep. *Jurnal Universitas Hayam Wuruk Perbanas*, 2–3. <https://doi.org/10.35794/Emba.V9i1.32005>
- Mularsari, A., & Farika, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Roosseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era. *Turn Journal*, 2(1), 20. <https://journal.unas.ac.id/turn/article/view/1762>
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Noor, M. (2012). *Memahami Desentralisasi Indonesia*. Interpena.
- Prakoso, B. S., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Pendapatan Pajak Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Regional: Studi Kasus Kota-Kota Besar di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 13(2), 145–162.
- Pratiwi, A., & Kasir. (2024). Pengaruh Pajak Reklame, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 12027–12042. <https://doi.org/10.31004/Innovative.V4i3.11648>
- Putra, I. M. S., Armiani, A., & Setiawati, E. (2023). Peran Penerimaan Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Reklame, Dan Pajak Parkir Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Mataram. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3), 638–647. <https://doi.org/10.57141/Kompeten.V2i3.97>
- Putri, A. A., Aryazeta, A. A., Fu'ad, Z., Ismikarimah, Devi, Y., & Kurniati, E. (2024). Teori –Teori Pertumbuhan Dan Pembangunan Ekonomi. *Neraca: Urnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 182–192.
- Rahayuningsih, I., Murtala, M., & Rahmah, M. (2024). Pengaruh Utang Luar Negeri, Cadangan Devisa, Dan Investasi Asing Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 1991–2021. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 6(2), 33. <https://doi.org/10.29103/Jeru.V6i2.14585>
- Rianto, J. (2021). Pengaruh Pajak Hotel, Restoran Dan Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Tangerang (Periode 2011–2015). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27(2), 1–9.
- Riftiasari, D. (2019). Pengaruh Restitusi Kelebihan Pembayaran Pajak Pertambahan Nilai Pada

- Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Penjaringan. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1), 63–68. <https://doi.org/10.31294/Moneter.V6i1.5353>
- Rinaldi, Faisal, S., Mujiyanto, & Bagya. (2017). *Metodologi Penelitian Dan Statistik: Bahan Ajar Teknologi Laboratorium Medik*. Kementerian Kesehatan RI.
- Sahelangi, J. M., Kumenaung, A. G., & Kawung, G. M. V. (2023). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Reklame Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(9), 1–12.
- Sapriadi, & Hasbiullah. (2015). Analisis Penentuan Sektor Unggulan Perekonomian Kabupaten Bulukumba. *Iqtisaduna*, 1(1), 71–86. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Iqtisaduna/article/view/1155>
- Saputra, A. (2018). *Peranan Pajak Hotel Dan Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Metro*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro.
- Saranani, I. T., Asraf, & Hasnita, N. (2023). Hotel Tax Effectiveness Analysis And Taxes Advertising And Its Contribution To Increasing Regional Original Income (Pad). *Research Of Economics And Business*, 1(1), 47–56. <https://doi.org/10.58777/Reb.V1i1.30>
- Sitanggang, D. I. A., Herawati, H., & Seventeen, W. L. (2024). Pengaruh Pajak Reklame, Pajak Hotel, Pajak Hiburan, Dan Retribusi Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bengkulu. *Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5), 298–305. <https://doi.org/10.33592/jeb.V27i2.2283>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabet.
- Sutantri, Y., & Santoso, S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Desa Ngringo. *Smoothing: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 17(2), 2085–2215.
- Swastika, I. G. M. Y. (2024). Pengaruh Tenaga Kerja Dan Pertumbuhan Penduduk Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun 2017–2022. *Warmadewa Economic Development Journal*, 7(1), 1–9.
- Tarigan, R. (2005). *Ekonomi Regional Teori Dan Aplikasi*. Bumi Aksara.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2000). *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga* (T. H. Munandar & E. Ketujuh (Eds.)). Erlangga.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2012). *Pembangunan Ekonomi* (Edisi 9 Ji). Erlangga.
- Tumangkeng, S. (2018). Analisis Potensi Ekonomi Di Sektor Dan Sub Sektor Pertanian, Kehutanan Dan Perikanan Kota Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(01), 130. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/20678>
- Waruwu, J. S., & Ludmilla, R. (2024). Pengaruh Pajak Hotel , Pajak Restoran Dan Pajak Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pada Unit Pelayanan Pemungutan Pajak Daerah (Up3d) Kecamatan Tambora). *Jicn: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5).