

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Potensi dan Efektivitas Pajak Reklame serta Kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Cimahi Tahun 2015-2020 dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerimaan potensi pajak reklame Kota Cimahi setiap tahunnya selalu meningkat dan potensi pajak reklame tertinggi terdapat pada tahun 2019 sebesar Rp 2.989.739.000 karena pada tahun tersebut jumlah wajib pajak meningkat dari tahun sebelumnya sebanyak 1331 wajib pajak menjadi 1431 wajib pajak maka hal tersebut sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah penerimaan potensi di Kota Cimahi.
2. Rata-rata tingkat efektivitas target pajak reklame Kota Cimahi yang telah dihitung dari tahun 2015 sampai dengan 2019 memiliki tingkat sebesar 109,14% termasuk kedalam kriteria sangat efektif. Efektivitas tertinggi terdapat pada tahun 2017 dengan tingkat efektivitas sebesar 124,38% dan tingkat efektivitas terendah berada pada tahun 2018 sebesar 95,89% yang masih termasuk kedalam kriteria efektif.
3. Tingkat kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Cimahi dari tahun 2015 sampai tahun 2019 mengalami pertumbuhan yang berfluktuasi setiap tahun. Secara keseluruhan kontribusi Pajak Reklame di Kota Cimahi tahun anggaran 2015-2019 hanya memberikan kontribusi rata-rata sebesar 1,63% yang artinya kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kota Cimahi termasuk dalam kriteria sangat kurang, walaupun kontribusi Pajak Reklame kecil tapi dapat mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah Kota Cimahi. Secara keseluruhan jumlah Pendapatan Asli Daerah tidak hanya dipengaruhi oleh pajak reklame saja, tetapi masih terdapat jenis penerimaan lainnya yang dapat mempengaruhi jumlah Pendapatan Asli Daerah secara keseluruhan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan lagi oleh peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini. Diantaranya (1) peneliti hanya mengoptimalkan potensi yang ada saja dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame guna meningkatnya kontribusi terhadap PAD serta efektifnya pajak reklame, (2) metode penelitian yang digunakan hanya bersifat deskriptif tanpa menghubungkan dengan konsep lain seperti uji hubungan atau pengaruh dan (3) kajian ini dibatasi pada analisis potensi, efektivitas dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah, yang ternyata masih banyak pungutan pajak lain yang berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Cimahi Adapun saran yang peneliti ajukan sebagai masukan dan perbaikan untuk:

1. Badan Pengelola Pendapatan Daerah (BAPPENDA) Kota Cimahi
  - a. Perlunya memperhatikan dan mengevaluasi penetapan target yang ternyata sangat berpengaruh terhadap tingkat efektifitas pemungutan pajak reklame, maka dari itu sebaiknya target yang ditentukan disesuaikan dengan potensi yang ada.
  - b. Perlunya dilakukan intensifikasi pada pemungutan pajak reklame. Kegiatan intensifikasi dilakukan untuk mengoptimalkan penerimaan pajak dari wajib pajak yang telah terdaftar. Hal ini terkait dengan adanya pengusaha yang belum atau tidak membayar pajak reklame terutangnya
  - c. Meningkatkan pengawasan terhadap reklame liar yang masih ada serta memberikan sanksi berupa denda ataupun pencopotan paksa kepada wajib pajak yang melanggar.
  - d. Guna mengoptimalkan penerimaan pajak reklame, maka dari itu pemerintah diharapkan melakukan sosialisasi untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada wajib pajak baru dalam melakukan pembayaran pajak terutangnya dan juga melakukan sosialisasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam membayar pajak, sosialisasi ini dapat melalui media sosial yang dibuat khusus pajak reklame dan memanfaatkan asosiasi pengusaha reklame indonesia.

## 2. Peneliti selanjutnya

- a. Untuk peneliti selanjutnya terkait meningkatkan penerimaan pajak reklame guna meningkatnya kontribusi dan efektifnya pajak reklame, tidak hanya mengoptimalkan potensinya saja tetapi peneliti dapat menambahkan bagaimana manajemen pemungutan pajak reklame. karena dengan manajemen pemungutan pajak reklame yang baik maka penerimaan yang ada dapat menjadi jalan untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame sehingga kontribusi pajak reklame terhadap PAD meningkat dan efektivitas penerimaan dapat dipertahankan.
- b. Metode penelitian disesuaikan dengan tujuan penelitian, namun penelitian bisa lebih bermanfaat lagi jika variabel yang diteliti saling dikaitkan dengan konsep lain seperti peningkatan Pendapatan Asli Daerah atau pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah sehingga terlihat hubungan atau pengaruh yang bisa dijadikan sebagai kebijakan untuk perbaikan dalam mengoptimalkan penerimaan pajak reklame.
- c. Diharapkan untuk meneliti sumber pendapatan lain selain dari pajak reklame yang juga dapat mempengaruhi peningkatan Pendapatan Asli Daerah seperti: pajak penerangan jalan, pajak PBB, pajak BPHTB, retribusi parkir dan lain-lain.