

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan mengenai tingkat efektivitas Pajak Reklame dan Kontribusinya terhadap PAD dapat disimpulkan bahwa :

1. Potensi Pajak Reklame pada tahun 2007 sampai dengan 2008 adalah sebesar sebesar Rp. 4.806.149.430 dan Rp. 4.766.824.728 Dari perhitungan terlihat bahwa terjadi penurunan potensi sebesar 39.324.702 dikarenakan berkurangnya jumlah pemasangan reklame kain sebanyak 232, stiker 8 sehingga membuat potensinya juga berkurang yakni reklame kain sebesar Rp. 350.088.000 dan reklame melekat/stiker sebesar Rp.3.879.905.
2. Tingkat efektivitas ini dapat diketahui bahwa nilai efektivitas pajak reklame pada tahun 2007 dan 2008 adalah sebesar 63,9% dan 61,2% yang menurut kriteria yang ditetapkan jumlah ini berada pada range 60-80 yakni kurang efektif. Dengan kata lain Dinas Perpajakan Daerah Kabupaten Cianjur masih kurang efektif dalam pemungutan pajak reklamnya karena realisasi pajak yang diterima tidak sesuai dengan potensi pajak reklame yang seharusnya bisa didapatkan.
3. Tingkat Efektivitas Pajak Reklame Kabupaten Cianjur Tahun 2001 sampai dengan 2008 berdasarkan target. didapatkan rata-rata nilai efektivitas pajak reklame Kabupaten Cianjur adalah sebesar 104% dengan kata lain menurut

Kriteria yang telah ditentukan nilai ini termasuk dalam range <100 atau sangat efektif. Dalam hal ini jelas menunjukkan bahwa dinas Perpajakan Daerah Kabupaten Cianjur telah berhasil dalam realisasi Pajak Reklamennya sesuai atau lebih dari target Pajak Reklame. Perbedaan nilai efektivitas pajak reklame berdasarkan potensi dan berdasarkan target ini menggambarkan bahwa walaupun realisasi pajak reklame kabupaten cianjur selalu mencapai target dan terlihat sangat baik dalam pemungutan pajak reklamennya tapi hal ini menggambarkan bahwa selama ini Dinas Perpajakan Daerah Kabupaten cianjur belum memperhitungkan besarnya potensi pajak reklame sebenarnya yang dapat meningkatkan kemandirian daerahnya dalam mencari sumber-sumber keuangan daerahnya sendiri.

4. Tingkat kontribusi pajak reklame Kabupaten Cianjur tahun 2001 sampai dengan 2008 berturut-turut adalah sebesar 1,8%, 1,9%, 1,9%, 2,3%, 3,2%, 3,6%, 4,3%, 3,7%. Dengan rata-rata kontribusi pajak reklame Kabupaten Cianjur adalah sebesar hanya 2,8% yang berarti sangat kurang atau rendah. Dengan kata lain sumbangan/manfaat yang diberikan oleh pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Cianjur dari tahun 2001 sampai dengan 2008 sangat kurang/rendah yakni hanya sebesar 2,8% pertahun. Sedangkan Proyeksi Pajak Reklame Kabupaten Cianjur tahun 2008 sampai dengan 2013 berturut-turut adalah sebesar 3,7%, 4,1%, 4,4%, 4,7%, 5,1%, 5,5% Tingkat proyeksi meningkat dari tahun ke tahun dan yang tertinggi yaitu pada tahun 2008 yakni 5,5% tapi menurut kriteria berada pada rang 0,00-10,0 yakni sangat kurang. Hal ini menggambarkan bahwa jika tidak dapat mengoptimalkan

potensi yang ada kontribusi pajak reklame terhadap PAD Kabupaten Cianjur tetap berada pada kriteria sangat kurang atau rendah sampai dengan tahun 2013.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis maka sebagai bahan pertimbangan agar tingkat efektivitas Pajak Reklame dan kontribusinya terhadap PAD dapat lebih optimal maka diperlukan lagi beberapa penyempurnaan atas kekurangan yang ada sebelumnya. Untuk itu penulis mengemukakan saran sebagai berikut :

### 1. Dinas Pendapatan Daerah

- a. Sebaiknya dinas terkait melakukan pendataan ulang yang lebih lengkap terhadap subjek dan objek Pajak Reklame sehingga hasil yang diperoleh dapat meningkat secara signifikan sehingga mampu mendorong pendapatan kearah yang lebih optimal dan sekaligus dapat membantu PAD membiayai kegiatan pemerintahan.
- b. Untuk mengoptimalkan hasil perolehan Pajak Reklame, sebaiknya pemungutan pajak yang tadinya hanya berdasarkan target sebaiknya dipungut berdasarkan potensi yang sesungguhnya sehingga potensi yang belum tergali lebih dioptimalkan yang pada akhirnya akan meningkatkan efektivitas Pajak Reklame dan kontribusinya terhadap PAD sehingga ketergantungan terhadap Pemerintah pusat dapat diminimalisir.

## 2. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih teliti, spesifik, dan akurat baik dari data-data yang diperoleh maupun dari variabel-variabel yang akan diteliti dengan meneliti variabel-variabel lainnya yang terdapat dalam unsur PAD. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian selanjutnya terhadap penelitian yang berhubungan dengan tingkat efektivitas Pajak Reklame dan kontribusinya terhadap PAD.

