

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Bedasarkan hasil dari analisis dan uraian pada bab-bab sebelumnya mengenai pajak reklame billboard di Kota Cimahi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Potensi pajak reklame billboard Kota Cimahi dari tahun 2003 sampai tahun 2008 secara umum terus menunjukkan peningkatan. Potensi penerimaan pajak reklame billboard hingga tahun 2008 sebesar Rp.349.655.300,00 dengan wajib pajak reklame billboard sebanyak 87 wajib pajak.
- 2) Efektivitas pemungutan pajak reklame billboard Kota Cimahi dari tahun 2003 sampai 2008 nilainya bervariasi dengan rata-rata dilihat dari potensi 91,43% dan dilihat dari target 94,70% termasuk kriteria efektif. Efektivitas tertinggi terjadi pada tahun 2006 yaitu 94,72% (efektif) sedangkan nilai efektivitas terendah terjadi pada tahun 2004 sebesar 89,30% (cukup efektif).
- 3) Kontribusi pajak reklame billboard dari tahun 2003 hingga tahun 2007 dalam pajak reklame papan/billboard/megatron rata-rata sebesar 90,38% sedangkan dalam pajak reklame rata-rata sebesar 85,61%% dan termasuk kategori sangat baik..

5.2 Saran

Sesuai dengan hasil analisis dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

- 1) Potensi pajak reklame billboard Kota Cimahi terus meningkat dan tergolong besar. Tetapi, potensi tersebut masih dapat terus dimaksimalkan, karena belum termasuk reklame billboard yang belum terdaftar dan berijin. Sebaiknya Dipenda Kota Cimahi mendata kembali reklame billboard yang ada dan mensurvey tiap 2 bulan sekali. Dalam pengenaan pajak terutang bagi wajib pajak harus sesuai dengan Peraturan Daerah No. 6 Tahun 2003 dan Keputusan Walikota Cimahi nomor : 973/Kep.43a-Dipenda/2004. Selain untuk memperbesar total potensi, juga untuk mewujudkan asas keadilan.
- 2) Dipenda Kota Cimahi harus lebih berperan aktif dalam pemungutan maupun penagihan pajak reklame billboard sebagai upaya peningkatan/pertumbuhan PAD, dengan intensifikasi pemungutan pajak dan retribusi yang sudah ada. Sebab, nilai efektivitas dilihat dari potensi terus menurun dari tahun 2007 hingga tahun 2008. Dipenda supaya dapat bekerjasama dengan pengusaha pembuat reklame, agar bisa memperoleh data pemilik reklame billboard dengan jelas dan lengkap.
- 3) Walaupun kontribusi pajak reklame billboard sangat baik dalam rekening pajak reklame papan/billboard megatron maupun dalam rekening pajak reklame keseluruhan, tetapi kontribusinya sangat kurang dalam pajak daerah maupun dalam PAD. Pajak ini masih dapat ditingkatkan sebab pajak reklame di Kota Cimahi cukup besar.