

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efisiensi, efektivitas, dan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Efisiensi Pemungutan Pajak Reklame Kota Bandung
  - a. Pada tahun 2012, tingkat efisiensi pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 16,69% dan dikategorikan sangat efisien.
  - b. Pada tahun 2013, tingkat efisiensi pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 19,23% dan dikategorikan sangat efisien.
  - c. Pada tahun 2014, tingkat efisiensi pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 18,71% dan dikategorikan sangat efisien.
  - d. Pada tahun 2015, tingkat efisiensi pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 24,07% dan dikategorikan sangat efisien.
  - e. Pada tahun 2016, tingkat efisiensi pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 20,44% dan dikategorikan sangat efisien.
  - f. Rata-rata tingkat efisiensi pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 19,80% dan dikategorikan sangat efisien.
2. Efektivitas Pemungutan Pajak Reklame Kota Bandung
  - a. Pada tahun 2012, tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 140,72% dan dikategorikan sangat efektif.

- b. Pada tahun 2013, tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 95,16% dan dikategorikan efektif.
  - c. Pada tahun 2014, tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 102,79% dan dikategorikan sangat efektif.
  - d. Pada tahun 2015, tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 120,71% dan dikategorikan sangat efektif.
  - e. Pada tahun 2016, tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 8,10% dan dikategorikan tidak efektif. Hal ini dikarenakan penetapan target pajak reklame pada tahun 2016 mengalami kenaikan dua puluh satu kali daripada tahun 2015.
  - f. Rata-rata tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame Kota Bandung sebesar 26,80% dan dikategorikan tidak efektif. Hal ini dikarenakan tingkat efektivitas pemungutan pajak reklame tahun 2016 sangat rendah sehingga rata-rata tingkat efektivitas mengalami penurunan.
3. Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pajak Daerah Kota Bandung
    - a. Pada tahun 2012, kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Bandung sebesar 1,70% dan dikategorikan sangat kurang.
    - b. Pada tahun 2013, kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Bandung sebesar 1,11% dan dikategorikan sangat kurang.
    - c. Pada tahun 2014, kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Bandung sebesar 1,25% dan dikategorikan sangat kurang.
    - d. Pada tahun 2015, kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Bandung sebesar 0,92% dan dikategorikan sangat kurang.

- e. Pada tahun 2016, kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Bandung sebesar 1,05% dan dikategorikan sangat kurang.
- f. Rata-rata kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah Kota Bandung sebesar 1,16% dan dikategorikan sangat kurang. Hal ini dikarenakan kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 berada dalam kategori sangat kurang.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam pengumpulan data mengenai biaya pemungutan pajak reklame. Data yang diperoleh dari Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung adalah data belanja pegawai untuk bidang pajak penetapan, meliputi pajak reklame, pajak air tanah, serta pajak bumi dan bangunan. Pada penelitian ini, peneliti hanya memerlukan besaran belanja pegawai untuk pajak reklame, akan tetapi data tersebut tidak dapat diperoleh secara langsung oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti menggunakan asumsi untuk mengukur besaran belanja pegawai untuk pajak reklame dengan cara membagi biaya tersebut sama rata untuk ketiga jenis pajak penetapan. Berdasarkan asumsi tersebut, maka peneliti memperoleh:

$$\text{Belanja Pegawai Pajak Reklame} = \frac{1}{3} \times \text{Belanja Pegawai Bidang Pajak Penetapan}$$

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

#### 1. Akademisi

Akademisi dan peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas populasi dan sampel yang digunakan. Selain itu, akademisi dan peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan data belanja pegawai sesuai mata pajak yang diteliti sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan keadaan yang sebenarnya. Hal tersebut mungkin dapat dilakukan dengan menggunakan data dari kota lain yang mungkin dapat memperoleh data biaya pemungutan pajak reklame secara tepat.

#### 2. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung

Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung diharapkan dapat memberikan perhatian lebih dalam upaya meningkatkan penerimaan pajak reklame. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah juga diharapkan dapat memisahkan data belanja pegawai sesuai mata pajak sehingga dapat diukur tingkat efisiensi kinerja setiap mata pajak.