

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti memberikan simpulan sebagai berikut :

1. Penerapan pajak reklame di Kota Bandung dilandasi oleh Perda No. 08 Tahun 2003. Objek pajak umumnya adalah semua media untuk bereklame, subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame, dan wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Besarnya pajak reklame yang dibayar tergantung dari harga dasar ukuran reklame dan harga dasar ketinggian atau biasa disebut dengan NJOR. Rata-rata besarnya pajak reklame selama periode 2002-2006 adalah sebesar Rp.13.261.884.479,- dengan rata-rata pertumbuhan pertahunnya adalah sebesar 24,94%.
2. Peranan pajak reklame dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah selama periode 2002-2006 mempunyai rata-rata sebesar 3,48%, artinya 3,48% PAD Kota Bandung berasal dari pajak reklame.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan, yaitu :

1. Bagi Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung :
  - Untuk meningkatkan besarnya PAD Kota Bandung ada baiknya target pajak reklame ditingkatkan, sehingga pajak reklame mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap PAD Kota Bandung.
  - Menurunkan tarif pajak reklame, sehingga lebih banyak lagi pihak yang berminat untuk memasang reklame.
  - Meningkatkan pengelolaan pajak reklame, sehingga pengumpulannya PAD Kota Bandung bisa lebih optimal.
2. Bagi peneliti lain :
  - Pengembangan penelitian dengan variabel penelitian yang lebih kompleks dengan objek yang berbeda.
  - Sebagai dasar atau sumber dalam melakukan penelitian khususnya topik penelitian perpajakan untuk PAD Kota Bandung.