

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dapat diketahui bahwa terdapat bermacam-macam tariff dari setiap jenis reklame, untuk jenis reklame Papan/Billboard/Videotron/LED sejenisnya dibedakan tarifnya dimulai dari lokasi penempatan, ukuran media reklame/luas reklame, jumlah reklame, jangka waktu pemasangan, dan besaran nilai kelas Jalan.
2. Dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya pendapatan pajak reklame Kota Bekasi mengalami penurunan yang sangat signifikan. Dengan kata lain pendapatan pajak reklame Kota Bekasi tidak mencapai target dari yang telah ditentukan oleh pemerintah.
3. Total jumlah perusahaan yang membayar pajak reklame di Bapenda Kota Bekasi Periode 2013-2015 sebanyak 9156 perusahaan/unit.
4. Berdasarkan hasil laporan bahwa pada tahun 2013 potensi terbesar pajak reklame yang tercatat di Bapenda yang mendominasi paling besar ada di bidang Retail, yaitu dengan presentase sebanyak 50,9%. Kemudian pada tahun 2014 potensi pajak reklame yang tercatat di Bapenda yang mendominasi paling besar ada di bidang Retail, yaitu dengan presentase sebanyak 89,3%, kemudian di tahun terakhir 2015 potensi terbesar pajak reklame yang tercatat di Bapenda yang mendominasi paling besar ada di bidang Makanan, yaitu dengan presentase sebanyak 32,3 %.

5.2 Implementasi dan Manajerial

Dari hasil kesimpulan diatas, ada beberapa saran yang diberikan oleh penulis dalam meningkatkan penerimaan pajak reklame di Bapenda Kota Bekasi :

1. Untuk Bapenda Kota Bekasi

sosialisasi yang dilakukan harus lebih intensif secara merata kepada seluruh lapisan masyarakat. Sehingga masyarakat yang ingin mendaftarkan jenis usahanya bisa lebih mudah untuk melengkapi syarat-syarat.

2. Untuk Wajib Pajak

Kepada Wajib Pajak diharapkan lebih disiplin dalam melaksanakan kewajibannya.

