

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajak reklame dan retribusi daerah terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Data-data yang menyangkut penelitian ini diperoleh dari Dinas Pendapatan Daerah (DISPENDA) Kota Bekasi. Sampel penelitian adalah kota Bekasi dengan data yang diteliti selama 4 tahun (tahun 2010-2013). Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis t hitung pada variabel pajak reklame variabel pajak reklame memiliki nilai t_{hitung} sebesar $1,694 < t_{tabel} 2,014$ dengan nilai signifikan $0,098 > 0,05$ maka H_0 diterima berarti pajak reklame tidak berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah. Banyaknya reklame liar yang terpasang di pinggir jalan kota Bekasi yang tidak membayar pajak reklame dan mengakibatkan berkurangnya pendapatan daerah kota Bekasi itu sendiri dan tentu saja berimbas kepada penerimaan Pendapatan Asli Daerah kota Bekasi. Realisasi penerimaan pajak reklame dari tahun 2010 sampai tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar Rp. 10.599.079.417.
2. Hasil uji t hitung pada variabel retribusi daerah memiliki nilai t_{Hitung} sebesar $2,544 > 2,014$ dengan nilai signifikan $0,015 < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti retribusi daerah berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah. Retribusi daerah mempunyai jumlah sumbangan paling besar terhadap pendapatan asli daerah, hal ini akan menyebabkan peningkatan pendapatan asli daerah cukup besar. Walaupun pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan asli daerah lebih kecil tetapi peran retribusi daerah terhadap jumlah pendapatan asli daerah kota Bekasi sangat penting. Realisasi penerimaan retribusi daerah dari tahun 2010 sampai tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar Rp. 15.130.563.927.
3. Hasil penelitian ini konsisten uji statistik F diperoleh nilai hitung sebesar 25.919 atau nilai signifikan sebesar 0,000 dengan tingkat signifikan yang

lebih kecil dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti pajak reklame dan retribusi daerah berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap PAD. Persentase pengaruh variabel independen (pajak reklame dan retribusi daerah) mampu menjelaskan sebesar 64,4% variasi variabel dependen (PAD). Sedangkan sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Realisasi penerimaan pajak reklame dan retribusi daerah dari tahun 2010 sampai tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar Rp. 25.729.643.344.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah Kota Bekasi sebaiknya berkonsentrasi untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame karena dengan peningkatan penerimaan pajak reklame berpengaruh pada peningkatan PAD. Dengan meningkatnya PAD pemerintah daerah akan semakin mudah membiayai kegiatan-kegiatan dan keperluan daerah yang nantinya akan meningkatkan kinerja pemerintah daerah. Selain itu, dengan peningkatan PAD akan berpengaruh terhadap peningkatan fasilitas-fasilitas bagi masyarakat Kota Bekasi. Dengan kata lain, adanya peningkatan PAD diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan penduduknya.
2. Pemerintah daerah Kota Bekasi melalui Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) juga harus lebih mengoptimalkan penerimaan retribusi daerah karena selama ini retribusi daerah mempunyai kontribusi paling besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) hal ini yang menyebabkan peningkatan pendapatan asli daerah cukup besar. Peran retribusi daerah terhadap jumlah pendapatan asli daerah kota Bekasi sangat penting. Oleh karena itu, Dinas Pendapatan Daerah agar lebih persuasif dalam

memberikan penyuluhan mengenai retribusi atau pungutan daerah kepada masyarakat kota Bekasi demi kepentingan bersama.

3. Peningkatan PAD harus didukung pula oleh peningkatan kualitas dari para pejabat pemerintahan propinsi maupun kota yang ada di Kota Bekasi. Dengan demikian pajak reklame dan retribusi daerah yang diterima dapat disalurkan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat, bukan dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi atau kelompok tertentu. Selain itu perlu diadakan sosialisasi mengenai potensi daerah yang dimiliki oleh Kota Bekasi, sehingga masyarakat dapat lebih mengetahui dan investor lebih tertarik untuk menanamkan modalnya. Contohnya, sosialisasi mengenai potensi daerah wisata, potensi daerah perkebunan, potensi perikanan air laut maupun air tawar, potensi industri kecil dan menengah yang ada di Kota Bekasi.

