

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Kupang maka dapat disimpulkan bahwa:

1) Pendekatan sumber

Merupakan sumber penerimaan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang meliputi proses penetapan pajak reklame, dan pemberian izin pemasangan reklame berdasarkan RPJMD pemberian izin atau dalam pengelolaan pajak reklame di BAPENDA Kota Kupang dilakukan berdasarkan PERDA Kota Kupang No 02 Tahun 2016.

2) Pendekatan proses

Merupakan proses pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh BAPENDA Kota Kupang meliputi : pengenaan pajak reklame, sistem pembayaran pajak, menentukan tim-tim penagihan, sistem perhitungan NJOP reklame di Kota Kupang, pengawasan, dan sanksi-sanksi yang diberikan kepada wajib pajak yang melanggar aturan

3) Pendekatan sasaran

Merupakan sasaran yang dilakukan pihak kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang adalah untuk meningkatkan efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Kupang, namun di lihat dari realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Kupang dari tahun 2016 s/d 2019 belum di kategorikan efektif, karena

jumlah realisasi penerimaan pajak reklame belum mencapai target yang di tetapkan.

Beberapa faktor-faktor penghambat yang di sebabkan realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Kupang belum mencapai target yakni:

- a) Kurangnya staff yang menangani kebijakan pajak reklame.
- b) Tidak adanya sosialisasi khusus yang diberikan kepada wajib pajak.
- c) Adanya pemikiran yang sudah tertanam di masyarakat akan budaya malas membayar pajak.
- d) Kurangnya pengawasan yang ketat dilapangan.
- e) Sanksi yang diberikan kepada wajib pajak yang terlambat membayar pajak kurang tegas.

Pihak BAPENDA juga melakukan upaya-upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut seperti : melakukan pendekatan dan sosialisai kepada masyarakat atau wajib pajak tentang kebijakan pajak reklame, menegaskan aturan-aturan dan sanksi-sanksi yang di berikan kepada wajib pajak yang melanggar aturan, dan melakukan pengawasan secara rutin, guna meminimalisir adanya masalah reklame liar yang tidak terdata dilapangan.

6.2 Saran

Dalam hal untuk meningkatkan efektivitas penerimaan pajak reklame di Kota Kupang pihak BAPENDA harus :

- 1) Memberi peringatan kepada wajib pajak apa bila terlambat atau lupa membayar pajak reklame yang telah mereka pasang.

- 2) Bertindak lebih tegas dalam pemberian sanksi hukum sesuai dengan aturan yang ada kepada pemasang reklame yang melakukan pelanggaran.
- 3) Perlu meningkatkan kegiatan sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat, untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat tentang arti pentingnya peran serta masyarakat dalam meningkatkan pajak reklame.

DAFTAR PUSTAKA

- Darise, Nurlan. *Pengelolaan Keuangan Daerah*. Jakarta. Indeks.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Kurniawan, D. 2008. *Regresi Linier*. Austria: ISBN.
- Lubis dan Martani, (1998:56), *Teori Organisasi*. Jakarta: Pusat-Pusat Antar Universitas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Indonesia
- Mardiasmo, 2002. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Penerbit Andi Yogyakarta
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja sektor publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Mardiasmo . 2004. *Akuntansi Sektor publik*. Yogyakarta: Andi .
- Mardiasmo, 2002. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Penerbit Andi Yogyakarta
- Pasolong, Harbani, 2007, *Teori Administrasi Publik*, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono (2016:19) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi* (Jakarta : Prenada Media, 2004), hlm. 211
- UU No 23 Tahun 2014 tentang kewenangan pemerintah daerah
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004