

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan penerimaan Pajak Reklame dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014 mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2013 penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan penerimaan terbesar terjadi pada tahun 2013 yaitu sebesar Rp. 3.705.954.000,-. Kemudian pada tahun 2014 terjadi penurunan sekaligus menjadi penerimaan pajak reklame terendah dalam kurun waktu 4 tahun yaitu sebesar Rp. 3.389.971.900,-. Rata-rata laju pertumbuhan pajak reklame di Kota Padang selama empat tahun terakhir dari tahun 2011 sampai dengan 2014 adalah sebesar -2 % per tahun. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan kinerja Pemerintah Kota Padang dalam melakukan pemungutan pajak reklame.
2. Potensi penerimaan pajak reklame kota Padang dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014 masih berada diatas target dan realisasi yang dicapai Pemda kota Padang. Rata-rata nilai potensi pajak reklame Kota Padang tahun 2011-2014 adalah sebesar Rp. 4.715.283.500,-. Jika dibandingkan dengan rata-rata target yang ditetapkan pada tahun 2011-2014 yaitu sebesar Rp.

3.562.500.000,- ternyata nilai potensi pajak reklame jauh lebih besar daripada target yang ditetapkan. Jauhnya selisih nilai antara potensi dan target yang ditetapkan tersebut menyebabkan tingkat nilai realisasi penerimaan pajak reklame yang memiliki nilai rata-rata Rp. 3.567.972.325,- pada tahun 2011-2014, juga memiliki selisih yang jauh lebih rendah dibandingkan tingkat potensi pajak reklame yang sebenarnya.

3. Efektivitas penerimaan pajak reklame kota Padang berdasarkan potensi yang sebenarnya adalah 83 % pada tahun 2011, 79 % pada tahun 2012, 74 % pada tahun 2013, dan 68 % pada tahun 2014. Hal tersebut mengindikasikan bahwa realisasi pajak reklame masih jauh dari tingkat potensi pajak reklame yang sebenarnya di Kota Padang. Sedangkan efektivitas penerimaan pajak reklame Kota Padang berdasarkan target yang ditetapkan adalah 96 % pada tahun 2011, 102 % pada tahun 2012, 100 % pada tahun 2013, dan 103 % pada tahun 2014. Hal tersebut mengindikasikan bahwa realisasi pajak reklame telah mampu memenuhi bahkan melebihi target yang ditetapkan.

## 5.2 Saran

Jika melihat potensi penerimaan Pajak Hotel di Kota Padang, sangat besar peluang untuk meningkatkan penerimaan di sektor ini. Untuk itu perlu usaha dari pihak-pihak terkait untuk meningkatkan penerimaan pajak khususnya Pajak Hotel yang nantinya akan berkontribusi terhadap pendapatan asli daerah. Adapun beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Pemerintah Daerah khususnya Dinas Pendapatan Daerah (Dipenda) diharapkan dapat memperlengkap dan melakukan validasi data-data yang dimiliki daerah, khususnya mengenai Pajak Reklame.
2. Dinas Pendapatan Daerah (Dipenda) Kota Padang diharapkan bisa meningkatkan kinerjanya dalam memperoleh pajak daerah sehingga Dipenda dapat menetapkan target penerimaan Pajak Reklame sesuai dengan potensi riil.
3. Dengan potensi yang ada dimiliki oleh Kota Padang, diharapkan pemerintah sigap dan tanggap dalam menyikapi setiap keadaan agar dapat memaksimalkan setiap peluang yang ada khususnya dalam penerimaan pajak daerah sehingga dapat membantu dalam pembangunan daerah.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menganalisis potensi penerimaan Pajak Reklame Kota Padang selama empat tahun yaitu 2011-2014, hal itu dikarenakan keterbatasan data yang tersedia.
2. Penelitian ini bersifat kuantitatif sehingga fenomena kualitatif belum dapat diakomodasi secara lebih jauh.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu daerah saja yaitu Kota Padang.