

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, secara umum dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Penerimaan pajak reklame Kota Bekasi melalui Intensifikasi belum berhasil. Tujuan belum tercapai dapat dilihat melalui :
 - a) Pencapaian Tujuan. Indikator ini menunjukkan belum berhasil karena ditemukan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh petugas masih kurang, contoh pada pelaksanaan yang terjadi dilapangan, Teknologi yang belum tersedia, contoh pemantauan titik lokasi reklame sebagai database bapenda. Ketidaksesuaian informasi yang diberikan dari atasan kebawah dalam pelaksanaan penerimaan pajak reklame.
 - b) Integrasi. Indikator ini menunjukkan belum berhasil karena kesadaran wajib pajak masih kurang dan koordinasi antar perangkat daerah belum terlaksana. Hal ini diketahui melalui kegiatan jemput bola yang diselenggarakan oleh bapenda kepada wajib pajak untuk memberikan kemudahan dalam pembayaran pajak reklame.
 - c) Adaptasi. Indikator ini menunjukkan belum berhasil bahwa belum tersedianya teknologi untuk pemantauan titik-titik

lokasi reklame yang merupakan database yang dilakukan oleh bapenda untuk memonitoring reklame-reklame di Kota Bekasi.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakefektifan terdapat empat variabel yaitu :

- Faktor Organisasi belum efektif. Hal ini disebabkan karena teknologi belum tersedia untuk melakukan monitoring titik lokasi reklame yang merupakan database bapenda.
- Faktor Lingkungan belum efektif karena koordinasi pada pelaksanaan penerimaan pajak reklame belum terlaksana.
- Faktor Pekerja. Pengetahuan dan pemahaman petugas bapenda masih kurang dalam pelaksanaan penerimaan pajak reklame.
- Kebijakan dan Praktek Manajemen. Kesadaran wajib pajak masih kurang untuk melakukan pembayaran pajak.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan temuan penelitian diatas, sebagai berikut :

1. Bagi bapenda proses monitoring dapat ditingkatkan dengan cara penerapan database teknologi pemantauan titik-titik lokasi reklame
2. Bapenda meningkatkan sistem koordinasi dengan memahami tugas yang dimiliki dan memberikan tanggung jawab kepada petugas dalam pelaksanaan penerimaan pajak reklame.

3. Kepada petugas diberikan peningkatan pelatihan dan pemahaman tugas yang harus dilakukan sehingga dapat membuka pemikiran wajib pajak bahwa melakukan pembayaran pajak penting
4. Kesadaran wajib pajak diberikan melalui peningkatan sosialisasi. Peningkatan sosialisasi merupakan bentuk pendekatan bapenda kepada wajib pajak untuk memberikan pemahaman pajak reklame

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Dunn, William N. (2008),” *Public Policy Analysis* ”.(New Jersey : Pearson Education)

Mardiasmo,(2018)” *Perpajakan Edisi Terbaru*” , (Yogyakarta: CV.Andi Offset)

Pohan,Anwar Chairil,”*Kebijakan dan Administrasi Perpajakan Daerah di Indonesia*,(Jakarta : PT.Gramedia,2021)

Steers,Richard M ,Efektivitas Organisasi, (Cet.II;Jakarta : Erlangga,1985),

Sugiyono, (2016) ,” *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*”. (Cet XXIII; Bandung : Alfabeta)

Siahaan, Marihot P, (2013), “*Pajak Daerah & Retribusi Daerah*”, (Jakarta : Rajawali Pers,)

Tangkilisan,Hesel Nogi ,(2005),”*Manajemen Publik*”, (Jakarta : PT. Grasindo)

JURNAL

Aditya,Tirza,dkk.(2018).”Analisis pelaksanaan strategi peningkatan penerimaan pajak reklame pada unit pelayanan pajak dan retribusi daerah Cempaka Putih Tahun 2014-2016”

Halim, Marah dkk, (2018) ”Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Seluma”

Komala, Yesy. (2012). “Strategi Peningkatan Pengelolaan Pajak Reklame di DKI Jakarta”

Lamia, Alfian A. (2015). “Analisis Efektivitas dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame dan Pajak Penerangan Jalan pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara”,

Purnia, Dini Silvi. (2020). “Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website”,

Syahrina, Nisfa, dkk. (2020). “Efektivitas Penerimaan Pajak Hotel berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2011 Pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah Kabupaten Tabalong”

Yudhaningsih, Resi. (2011). “Peningkatan Efektivitas Kerja Melalui Komitmen, Perubahan dan Budaya Organisasi”

UNDANG-UNDANG

Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame, hlm 13

Peraturan Wali Kota Bekasi Nomor 66 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Pokok dan Fungsi serta Tata Kerja pada Bagian Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi, 2016

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Bab 1 Pasal 1 Ayat 2

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Bab 1 Pasal 1 Ayat 10

WEBSITE

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bekasi