

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan terhadap perumusan masalah yang terdapat pada Bab I, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan tentang Dampak Perubahan Tarif Kelas Jalan Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Reklame DKI Jakarta Tahun 2014, sebagai berikut:

1. Dasar Perubahan Tarif Kelas Jalan Pajak Reklame DKI Jakarta disebabkan oleh 2 hal, yaitu:
 - a. Pertumbuhan jumlah kendaraan di DKI Jakarta yang luar biasa setiap tahunnya. Pertumbuhan jumlah kendaraan tersebut tidak disertai dengan pertumbuhan jumlah jalan yang sama. Bertambahnya jumlah kendaraan di DKI Jakarta akan menimbulkan kemacetan, sehingga para pengguna jalan berupaya mencari jalan alternatif ke tempat tujuan untuk menghindari kemacetan. Dampaknya, jalan yang dulunya tergolong sebagai jalan yang tidak ramai, akan bergeser menjadi jalan yang ramai sehingga tarif kelas jalan tersebut perlu disesuaikan. Selain itu, karena pesatnya pertumbuhan ekonomi, menyebabkan jalan yang dulu tidak ramai menjadi ramai, contohnya Jalan Boulevard Raya, beberapa tahun lalu termasuk ke dalam kelas jalan Protokol C yang tidak padat sekarang menjadi jalan Protokol C yang padat. Pergeseran

kelas jalan membuat sisi komersil dari reklame juga akan meningkat dikarenakan semakin banyaknya jumlah kendaraan yang melewati jalan tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan penyesuaian nilai kelas jalan.

- b. Potensi Tidak Tercapainya Rencana Anggaran Pendapatan Belanja Daerah Sektor Reklame. Salah satu upaya pemerintah DKI Jakarta untuk dapat mencapai Rencana Anggaran Penerimaan Belanja Daerah (RAPBD) sektor reklame yaitu dengan menaikkan Tarif Pajak Reklame. Karena data menunjukkan bahwa, sampai dengan Maret 2014 sektor reklame baru mencapai angka 162 milyar rupiah, sedangkan targetnya adalah 2 triliun rupiah. Target penerimaan tidak akan tercapai dengan sisa waktu yang ada dan dengan tarif yang sama, maka dari itu pemerintah menaikkan tarif Pajak Reklame.
2. Kendala yang dihadapi pemerintah
 - a. Menurunnya minat wajib pajak. Untuk memasang reklamenya kembali maka wajib pajak harus membayar pajak reklame lebih mahal dari biasanya, hal ini membuat wajib pajak memilih untuk tidak memperpanjang kembali reklamenya atau merobohkan reklamenya sendiri dan wajib pajak berkurang jumlahnya sebesar 110.554 orang dari tahun sebelumnya tahun 2013.
 - b. Menurunnya Penerimaan Pajak Reklame. Menurunnya minat wajib pajak reklame untuk memasang reklamenya berdampak pada

menurunnya penerimaan pajak reklame. Hal ini karena mahal nya biaya pajak reklame. Walaupun jumlah penerimaan tahun 2014 lebih besar dari tahun 2013, tetapi jumlah penerimaannya tidak mencapai target. Tahun 2014 penerimaan reklame hanya mampu mencapai 27,83%, sedangkan pada tahun 2013 penerimaan reklame mampu mencapai target dan bahkan melebihi target, dengan pencapaian sebesar 127,74%.

3. Upaya Pemerintah dalam mengatasi kendala

Pemerintah membuat strategi untuk menarik minat para wajib pajak supaya memasang kembali reklamenya yaitu dengan memberikan potongan sebesar 50% untuk tarif baru dengan harapan akan meningkatkan jumlah minat wajib pajak reklame dan tentunya penerimaan pajak reklame.

B. Saran

1. Bagi penulis

- a. Penulis diharapkan agar mampu mengetahui apa saja yang memengaruhi kenaikan tarif pajak reklame
- b. Penulis seharusnya lebih mengetahui seluk-beluk tentang perpajakan, terutama tentang Pajak Reklame

2. Bagi Universitas Negeri Jakarta

- a. Universitas Negeri Jakarta diharapkan dapat lebih baik lagi kedepannya dalam mendukung penelitian yang dilakukan oleh mahasiswanya;

- b. Universitas Negeri Jakarta diharapkan kedepannya mampu memberikan rekomendasi atas informasi-informasi terkait tempat-tempat yang bisa dijadikan tempat penelitian oleh mahasiswa.
- 3. Bagi Dinas Pelayan Pajak Daerah DKI Jakarta
 - a. Dengan melihat respon masyarakat atau wajib pajak terhadap kenaikan tarif, sebaiknya sebelum pemerintah menetapkan tarif pajak yang baru perlu diadakannya sosialisasi terlebih dahulu.
 - b. Dengan melihat perkembangan penerimaan Pajak Reklame yang selalu mengalami peningkatan pada DKI Jakarta tahun 2011, tahun 2012, dan tahun 2013 sebaiknya pemerintah mampu menjaga konsistensi perkembangan penerimaan Reklame yang positif tersebut di tahun-tahun berikutnya, dan diharapkan perkembangan positif tersebut menular kepada penerimaan pajak daerah yang lain.

C. Keterbatasan

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, penulis mengalami beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Dalam pengumpulan data, penulis menemukan keterbatasan untuk mengakses data yang diperlukan, karena jarak pengambilan data yang jauh dan terbatasnya data yang diberikan
2. Keterbatasan material, dimana penulis sulit untuk melakukan penelitian lebih dalam karena terbatasnya kemampuan material yang dimiliki.