

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari analisis efektivitas objek Pajak Reklame dan Pajak Hiburan serta analisis kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Bantul tahun 2021 sampai dengan 2024. Secara umum, hasil perhitungan tingkat efektivitas penerimaan objek Pajak Reklame dan objek Pajak Hiburan dapat dikatakan baik, namun tingkat kontribusinya terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) masih berada pada kriteria “sangat kurang”.

Pada hasil perhitungan Pajak Reklame, seluruh objek pajak menunjukkan tingkat efektivitas yang sangat baik. Pajak Reklame Papan/ Billboard menunjukkan rata-rata efektivitas sebesar 110,36% dengan realisasi penerimaan pajak setiap tahunnya yang selalu konsisten melebihi target yang telah ditentukan. Pajak Reklame Kain menunjukkan tingkat efektivitas tertinggi dibandingkan objek Pajak Reklame lainnya dengan rata-rata sebesar 131,60%. Pajak Reklame Melekat dan Pajak Reklame Berjalan mencatat rata-rata sebesar 100,58% dan 228,13%, meskipun rata-rata persentase efektivitas dapat dikatakan sangat efektif, kedua pajak tersebut diketahui masih terdapat beberapa tahun yang menghasilkan persentase dibawah 100% dan tidak diketahui tingkat efektivitas dari beberapa tahun karena tidak ada data target maupun realisasi penerimaan yang terjadi sehingga sangat berpengaruh dalam menghitung maupun mengetahui tingkat efektivitas pajak tersebut. Hal tersebut mengindikasikan bahwa potensi dari Pajak Reklame Melekat dan Pajak Reklame berjalan belum dapat dimanfaatkan secara baik sehingga menghambat dalam proses pemungutan pajak tersebut.

Tingkat kontribusi dari masing-masing objek Pajak Reklmae terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) masih tergolong “sangat kurang”. Pajak Reklame Papan/ Billboard hanya berkontribusi rata-rata sebesar 0,46% dari total PAD setiap tahunnya meskipun merupakan objek Pajak yang lebih berkontribusi dibanding objek Pajak Reklame lainnya. Pajak Reklame Kain dan Pajak Reklame Melekat masing-masing memberikan kontribusi sebesar 0,06% dan 0,10%. Sementara itu, Pajak Reklame Berjalan hanya memberikan kontribusi sebesar 0,002%. Hal

tersebut menunjukkan bahwa penerimaan Pajak yang efektif belum tentu memberikan kontribusi yang besar, pajak akan berkontribusi terhadap PAD jika realisasi penerimaan pajak dapat mengimbangi realisasi penerimaan PAD setiap tahunnya.

Pada hasil perhitungan tingkat efektivitas penerimaan objek Pajak Hiburan, menunjukkan persentase efektivitas yang baik. Pajak Pagelaran Kesenian/ Tari/ Musik/ Busana menunjukkan persentase efektivitas rata-rata sebesar 179,48%. Pajak Pameran dan Pajak Pacuan Kuda, Kendaraan Bermotor, Permainan Ketangkasan masing-masing menunjukkan persentase efektivitas rata-rata sebesar 101,40% dan 118,15%. Pajak Panti Pijar, Refleksi, Mandi Uap, dan Pusat kebugaran menunjukkan rata-rata persentase efektivitas sebesar 114,98%. Sementara itu, pajak pertandingan olahraga menunjukkan persentase yang sangat tinggi sebesar 3.815.595,60% pada tahun 2022, hal tersebut terjadi karena realisasi penerimaan pajak yang sangat besar dibandingkan target yang ditentukan. Sama seperti objek Pajak Reklame, meskipun tingkat efektivitas penerimaan objek Pajak Hiburan tergolong baik, masih terdapat objek Pajak Hiburan yang tidak terdapat data target dan realisasi penerimaan yang terjadi. Hal tersebut menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah masih terkendala dalam memungut pajak dan memanfaatkan potensi pajak tersebut.

Kontribusi semua objek Pajak Hiburan terhadap PAD Kabupaten Bantul masih tergolong “sangat kurang”. Rata-rata kontribusi Pajak Hiburan tertinggi berasal dari Pajak Pagelaran Kesenian sebesar 0,040%, Pajak Pameran sebesar 0,038%, dan Pajak Pacuan Kuda sebesar 0,03%. Dari keseluruhan analisis, dapat disimpulkan bahwa efektivitas penerimaan Pajak Reklame dan Pajak Hiburan di Kabupaten Bantul selama tahun 2021 sampai dengan 2024 sudah tergolong “sangat efektif” karena mayoritas realisasi penerimaan pajak setiap tahunnya dapat melebihi target penerimaan yang telah ditentukan. Hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah telah melakukan strategi yang efektif dalam memungut beberapa objek Pajak. Namun, apabila dilihat dari persentase kontribusi terhadap PAD, angka yang diperoleh objek Pajak Reklame dan objek Pajak Hiburan masih sangat kecil sehingga belum memberikan dampak signifikan bagi penerimaan PAD secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan adanya upaya dari Pemerintah

Daerah dalam meningkatkan potensi objek pajak agar dapat memaksimalkan penerimaan pajak sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah di masa mendatang.