

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Pemerintah Daerah Dalam Peningkatan Penerimaan Sektor Pajak Reklame di Kabupaten Bandung. Maka pada bab ini penulis mengemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi perlu di kembangkan di awal dan di senergikan dengan tujuan. Strategi adalah cara untuk mengukur kemampuan, potensi yang benar-benar efektif. sebagai taktik strategi adalah alat pintar dari kompetisi. Sebagai pola kita menghargai bahwa apa yang berhasil di masa lalu bisa mengarah atau berdampak di masa depan. Sebagai posisi adalah tentang bagaimana organisasi berhubungan dengan lingkungannya, perspektif menekankan pengaruh substansial bahwa budaya organisasi dan pemikiran kolektif dapat memiliki dampak dalam pengambilan keputusan. Mengacu pada teori yang dikembangkan, Pemerintah daerah membuat Strategi dengan memperhatikan dampak-dampak diatas, guna meningkatkan penerimaan pajak sebagai pemasukan kas baik negara maupun di tingkat daerah.
2. Pemerintah Daerah Dalam hal Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame Mempunyai Strategi khususnya Dalam Penyelenggaraan Pajak Reklame.

Selain itu Terdapatnya pula Peningkatan yang signifikan Setelah Turunnya strategi baru ini. Dalam hal ini, Asumsi yang diberikan sesuai dengan Kenyataan. Yakni Terdapatnya Strategi dan Adanya Peningkatan dalam penyelenggaraan Pajak Sektor Pajak Reklame.

B. Rekomendasi

Berdasarkan pembahasan yang meliputi hasil wawancara laporan hasil Lapangan dan sumber data dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, peneliti menyampaikan sumbangan pemikiran berupa saran yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai masukan untuk kelanjutan proses pelaksanaan Implementasi Strategi Pemerintah Daerah Dalam Peningkatan Penerimaan Sektor Pajak Reklame Di Kabupaten Bandung, sebagai berikut:

1. Dikarenakan masih belum optimal dan masih ada beberapa hambatan yang dihadapi, pemecahan masalah harus segera dilaksanakan dengan cepat. Mengingat dengan adanya mutasi yang terjadi sehingga membuat penjadwalan kinerja menjadi terhenti. Selain itu, dengan lebih ditingkatkan lagi tugas pengawasan dan penertiban reklame, dan memperbanyak informasi terkait dengan inovasi-inovasi terbaru terkait dengan penyelenggaraan pajak reklame. Karena masih banyaknya informasi yang belum diketahui oleh masyarakat, dan perusahaan yang ni membuat iklan / Reklame.
2. Dengan adanya Strategi dan inonasi baru yang di aplikasikan oleh Pemerintah, Diharapkan hilangnya *Loss potencial* yang sudah terjadi, dan

tugas ini bukan hanya tugas dari BKD sendiri tetapi saling kerjasamanya dengan instansi lain atau perusahaan juga dengan SatPol PP yang dalam hal ini saling berkaitan, guna tercipta Penyelenggaraan Pajak Reklame yang dicita-citakan.

