

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi PMK No. 02/PMK.03/2010 tentang biaya promosi yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto terbukti belum berjalan secara merata dan efektif di seluruh perusahaan. Dari lima perusahaan yang dianalisis, tidak ada satu pun yang telah berhasil sepenuhnya dalam mengimplementasikan PMK No. 02/PMK.03/2010, baik dari sisi kepatuhan formal maupun kepatuhan material secara bersamaan.
2. Kendala utama dalam penerapan PMK No. 02/PMK.03/2010 oleh Wajib Pajak Badan mencakup tiga aspek kritis diantaranya, kesalahan klasifikasi antara biaya promosi dengan biaya iklan, representasi, dan sponsorship, kelemahan dokumentasi seperti tidak tersedianya faktur, kontrak kerja sama, bukti distribusi, atau daftar nominatif yang sah, serta minimnya pemahaman teknis SDM dalam penyusunan bukti pendukung yang sesuai format fiskal.

Secara keseluruhan, implementasi PMK No. 02/PMK.03/2010 masih menghadapi berbagai tantangan baik dari sisi wajib pajak maupun dari sisi otoritas. Meskipun regulasi ini telah memberikan kerangka kerja yang cukup jelas, efektivitas penerapannya masih dipengaruhi oleh faktor teknis, administratif, dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, diperlukan upaya sistemik dalam bentuk penyusunan pedoman teknis yang lebih rinci, peningkatan kapasitas SDM perpajakan, serta penguatan komunikasi antara otoritas pajak dan wajib pajak guna menciptakan kepastian hukum dan meningkatkan kepatuhan fiskal secara berkelanjutan.

#### **V.2 Saran**

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis merasa perlu memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi

masuk konstruktif bagi pihak-pihak yang terkait, baik Wajib Pajak, otoritas pajak, maupun pemangku kebijakan. Saran ini ditujukan untuk meningkatkan efektivitas implementasi Peraturan Menteri Keuangan No. 02/PMK.03/2010 dan menciptakan sistem perpajakan yang lebih adil, transparan, dan akuntabel.

1. **Bagi Wajib Pajak**, penting untuk meningkatkan pemahaman teknis atas isi PMK No. 02/PMK.03/2010, khususnya terkait syarat formil pengakuan biaya promosi seperti daftar nominatif, bukti transaksi yang valid, dan pembatasan sasaran penerima promosi. Selain itu, pelatihan internal untuk staf pajak dan akuntansi perlu diperkuat agar tidak bergantung sepenuhnya pada konsultan eksternal.
2. **Bagi Direktorat Jenderal Pajak**, disarankan untuk meningkatkan intensitas dan kualitas sosialisasi terkait PMK ini, termasuk menyediakan panduan teknis berupa contoh Penelitian dan template daftar nominatif. Penyederhanaan peraturan dan peningkatan kepastian hukum juga dibutuhkan agar interpretasi tidak menimbulkan multitafsir antara fiskus dan Wajib Pajak.
3. **Bagi akademisi dan peneliti**, studi lebih lanjut terhadap dinamika implementasi PMK No. 02/PMK.03/2010 di sektor usaha lainnya perlu dikembangkan, agar dapat diperoleh rekomendasi kebijakan yang lebih inklusif dan berbasis pada praktik nyata.

Sebagai penutup, penulis berharap bahwa saran-saran ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para pemangku kepentingan dalam memperbaiki tata kelola perpajakan di Indonesia, khususnya terkait pengakuan biaya promosi. Dengan implementasi regulasi yang tepat dan dukungan semua pihak, maka tujuan dari PMK No. 02/PMK.03/2010 dapat tercapai secara efektif dan berkontribusi terhadap peningkatan kepatuhan serta penerimaan pajak negara.