

KEBIJAKAN TATA RUANG KOTA DALAM PENGATURAN REKLAME (Studi Ketidakmaksimalan Pajak Reklame Kota Batu Tahun 2017-2018)

Muhammad Kholil Rohman¹, Yaqub Cikusin², Khoiron³

*Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl. MT Haryono
193 Malang, 65144, Indonesia*

LPPM Unisma Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

E-mail: mkholil.rohman17@gmail.com

ABSTRAK

Pemerintah Kota Batu melalui Dinas Pendapatan Daerah melakukan usaha-usaha peningkatan pendapatan pajak reklame secara optimal untuk mengisi kas daerah yang membiayai pembangunan. Di Kota Batu Pajak Reklame diatur dalam Peraturan Daerah Kota Batu No.4 Tahun 2017. Pemasangan, perijinan, dan pengelolaan reklame diatur oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis ketidakmaksimalan pelaksanaan kebijakan tata ruang kota dalam pengaturan reklame di Kota Batu. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan 3 macam teknik yaitu, wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini metode analisis data yang dipergunakan adalah analisis kualitatif (Interactive model) dari Miles, Huberman dan Saldana (2014:14). Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat diidentifikasi bahwa ketidakmaksimalan pendapatan asli daerah dari pajak reklame Kota Batu tahun 2017-2018 disebabkan dari dua hal yaitu: pemerintah lebih memfokuskan pada keindahan kota, sedangkan dari masyarakat sendiri kurang memiliki kesadaran wajib pajak. Upaya yang sudah dilakukan pemerintah Kota Batu dalam meningkatkan pendapatan asli daerah dari pajak reklame Kota Batu Tahun 2017-2018 yaitu dengan melakukan standarisasi pengawasan dan perbaikan dari penyelenggaraan reklame itu sendiri. Berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah peneliti jelaskan, maka saran yang dapat peneliti berikan yaitu perlu adanya sosialisasi dari dinas pajak kepada pengguna reklame bahwa untuk reklame dalam bentuk banner akan diganti dengan reklame digital. Perlunya target yang konsisten setiap tahunnya. Perlu adanya sanksi yang baru yang lebih tegas agar para palaku usaha jera.

Kata kunci : Kebijakan, Reklame, PAD

Pendahuluan

Pelaksanaan kebijakan publik adalah implementasi atau penerapan suatu kebijakan publik melalui program, aktifitas, aksi, atau tindakan dalam suatu mekanisme yang terikat pada suatu sistem tertentu. Terbitnya kebijakan publik dilandasi kebutuhan untuk penyelesaian masalah yang terjadi di masyarakat. Kebijakan publik ditetapkan oleh para pihak (stakeholders), terutama pemerintah yang diorientasikan pada pemenuhan kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Makna dari pelaksanaan kebijakan publik merupakan suatu hubungan yang memungkinkan pencapaian tujuan-tujuan atau sasaran sebagai hasil akhir dari kegiatan yang dilakukan pemerintah. Kekurangan atau kesalahan kebijakan publik akan dapat diketahui

setelah kebijakan publik tersebut dilaksanakan, keberhasilan pelaksanaan kebijakan publik dapat dilihat dari dampak yang ditimbulkan sebagai hasil evaluasi atas pelaksanaan suatu kebijakan (Rohman, 2016).

Pada pasal 1 ayat 1 UUD 1945 Negara Indonesia adalah Negara Kesatuan yang berbentuk Republik. Negara Kesatuan Republik Indonesia, terdiri atas beberapa provinsi dan terbagi menjadi beberapa kabupaten atau kota. Luas wilayah Indonesia dengan kondisi geografis dan budaya yang berbeda-beda, menjadikan pelimpahan kewenangan serta tanggungjawab dari pemerintah pusat di limpahkan ke pemerintah daerah dalam menyelenggarakan pemerintahan daerah, atau dalam hal ini biasanya disebut dengan desentralisasi. Misi

utama otonomi daerah sendiri adalah meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan publik dan kesejahteraan masyarakat, menciptakan efisiensi dan efektifitas sumberdaya daerah, dan memberdayakan serta menciptakan ruang bagi masyarakat (publik) untuk berpartisipasi dalam pembangunan (Mardismo, 2002:59).

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang pemerintah daerah. Dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Perimbangan pemerintah pusat dan daerah adalah sebuah system pembagian keuangan secara adil, demokratis, transparan dan bertanggungjawab dalam rangka pendanaan penyelenggaraan desentralisasi (Pelimpahan kekuasaan dari pusat ke daerah) dengan mempertimbangkan potensi, kondisi dan kebutuhan daerah. Dengan adanya otonomi di bidang keuangan atau dana perimbangan maka, pemerintah daerah dituntut untuk memberikan pertanggungjawaban atas anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD).

Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah didalamnya terdapat pajak daerah, pajak ini dipungut oleh Pemerintah Daerah (Provinsi, Kabupaten atau Kota) sehingga hasilnya masuk ke kas Daerah. Dasarnya adalah Undang-Undang dan pelaksanaannya diatur dalam peraturan daerah, pengelolaannya oleh Dinas Pendapatan Daerah. pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah ini digunakan untuk membiayai rumah tangga daerahnya sendiri. Pembiayaan Pemerintah Daerah dalam melaksanakan tugas Pemerintahan dan pembangunan senantiasa memerlukan sumber penerimaan yang dapat diandalkan. Kebutuhan ini semakin dirasakan oleh daerah terutama sejak diberlakukannya otonomi daerah di Indonesia, yaitu mulai tanggal 1 Januari 2001. Otonomi daerah memicu setiap daerah untuk dapat berkreasi mencari sumber penerimaan daerah yang mampu mendukung pembiayaan pengeluaran daerah.

Berbicara mengenai pajak tentu yang terlintas dalam pemikiran adalah selalu melulu mengenai pembayaran. Banyak masyarakat yang cenderung mengeluhkan keberadaan

pajak, bahkan enggan untuk membayar pajak. Masyarakat beranggapan bahwasannya mereka mengeluarkan uang dengan nilai yang besar dengan cuma-cuma tanpa mendapatkan keuntungan. Pajak digunakan oleh pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran. Menurut lembaga pemungutan pajak pusat atau pajak Negara, pajak ini dipungut oleh pemerintah pusat sehingga hasilnya masuk ke kas Negara, dasarnya Undang-undang dan peraturan pelaksanaannya. Pajak digunakan untuk membangun Negara, pembangunan berlangsung secara terus menerus dan berkesinambungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pajak digunakan oleh Negara mulai dari belanja pegawai sampai dengan pembiayaan berbagai proyek pembangunan. Pembangunan secara umum seperti jalan, jembatan, sekolah, rumah sakit, puskesmas, dan kantor polisi sekalipun dibiayai oleh pajak. Pembangunan infrastruktur, biaya pendidikan, biaya kesehatan, subsidi bahan bakar (BBM), gaji pegawai negeri, dan pembangunan fasilitas public semua dibiayai oleh pajak. Semakin banyak pajak yang dipungut, maka semakin banyak fasilitas dan infrastruktur yang dibangun.

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang paling penting karena setiap tahunnya pajak daerah mampu memberikan sumbangan yang cukup besar bagi penerimaan daerah. Namun demikian, hingga saat ini tingkat pencapaian pajak daerah atau realisasi pencapaian pajak daerah jika dibandingkan dengan target realisasi pajak daerah yang ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah setiap tahunnya tidak selalu tercapai 100%.

Pemerintah Kota Batu melalui Dinas Pendapatan Daerah melakukan usaha-usaha peningkatan pendapatan pajak reklame secara optimal untuk mengisi kas daerah yang membiayai pembangunan. Di Kota Batu Pajak Reklame diatur dalam Peraturan Daerah Kota Batu No.4 Tahun 2017. Pemasangan, perijinan, dan pengelolaan reklame diatur oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu. Berdasarkan sumber dari Koran Jawa Pos Radar Batu pada Selasa 3 Desember tahun 2019 yang menerangkan bahwa dari Januari sampai September, realisasi baru mencapai 52 persen

atau Rp 421 juta dari target Rp 800 juta, artinya target Pemerintah Kota Batu belum atau tidak mencapai target yang diharapkan.

Beberapa fenomena pemungutan pajak reklame yang masih belum maksimal atau belum sesuai dengan target yang diharapkan yaitu masih kurangnya kesadaran bagi wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak. Ketua Dinas Pendapatan Daerah Kota Batu mengatakan secara keseluruhan pendapatan pajak daerah sebenarnya cukup bagus, namun beberapa sektor pendapatan masih kurang, salah satunya pajak reklame atau baliho yang masih belum menggembirakan, ini dikarenakan Pemerintah Kota Batu membatasi dan meminimalisasi berdirinya reklame di Kota Batu agar Kota Batu terlihat cantik dan indah. (wawancara, 12 Januari 2020).

Disisi lain, salah satu staf di bagian Dinas Pendapatan Daerah mengatakan bahwa : “Banyak sekali reklame di Kota Batu yang mungkin masa ijinnya sudah habis tapi mereka belum mengurus perpanjangan wajib pajak atau sudah mengurus pajak reklame tapi masih dalam proses di perijinan sehingga di bagian Dinas Pendapatan Daerah muncul keragu-raguan dalam pemungutan pajak reklame tersebut. (wawancara, 15 Januari 2020), disamping itu salah satu faktor penyebab rendahnya pendapatan pajak reklame karena banyaknya reklame yang berdiri tanpa izin dan juga kurangnya kesadaran wajib pajak dalam memanfaatkan lahan daerah Kota Batu terhadap pajak reklame. (wawancara, 15 Januari 2020) Reklame yang tanpa izin masih marak di Kota Batu, ini dituturkan oleh Kasi Pengendalian dan Operasi (Dalops) Satpol-PP Kota Batu, selama ini penertiban reklame ilegal terus dilakukan. Dalam sehari saat penertiban, biasanya di temukan ada 70 hingga 100 reklame ilegal. Reklame tersebut kebanyakan tidak berizin dan dipasang di tempat yang tidak dianjurkan. (wawancara, 15 Januari 2020)

Persepsi masyarakat mengenai pajak reklame. *pertama* yaitu sulitnya mendapatkan ijin reklame dan juga lamanya di proses perizinan, sehingga membuat masyarakat wajib pajak reklame di Kota Batu lebih memilih memasang reklame tanpa izin atau ilegal. (wawancara, 29 Januari 2020) *Kedua* karena adanya batasan pemasangan reklame dan juga

sulitnya mendapatkan izin mengakibatkan banyak reklame ilegal yang terpasang di Kota Batu. (wawancara, 29 Januari 2020). Dengan demikian, mekanisme kerja yang merupakan suatu proses organisasi memiliki arti penting didalam pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan, sama halnya dengan penerimaan Pajak Reklame jika tanpa adanya tata kerja yang baik serta partisipasi dan kerjasama dari seluruh lapisan masyarakat, maka tujuan akan sulit untuk dicapai.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah:

- 1) Mengapa pajak reklame di Kota Batu tahun 2017-2018 selalu menurun?
- 2) Bagaimana upaya Pemerintah Daerah meningkatkan dari pajak reklame tahun 2017-2018?

Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan, sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan pendapatan pajak reklame tahun 2017-2018 selalu menurun.
- 2) Untuk mengetahui upaya Pemerintah Daerah meningkatkan pajak dari reklame tahun 2017-2018.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Bogdan & Biklen, S. (1992: 21-22) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.

Sedangkan Menurut Moleong (2007:8) penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik mendeskripsikan dengan bahasa dan kata-kata konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif juga merupakan penelitian riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan

induktif. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih di tonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara jelas dan nyata apa yang terjadi di lapangan secara menyeluruh, kemudian mengungkapkan secara deskriptif tentang ketidakmaksimalan pendapatan asli daerah (studi tentang pajak reklame tahun 2019).

Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini yaitu tempat dimana peneliti menangkap fenomena dari objek yang diteliti untuk memperoleh data atau informasi yang diperlukan. Adapun lokasi yang dipilih yaitu Balai Kota Among Tani Kota Batu. Dari Dinas Pendapatan Daerah inilah peneliti mendapatkan segala informasi dalam objek penelitian tentang Kurang Maksimalnya Pendapatan Asli Daerah (Studi Tentang Pajak reklame Kota Batu tahun 2019).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah pemusatan konsentrasi pada tujuan dari penelitian yang dilakukan. Fokus penelitian harus di nyatakan secara eksplisit untuk memudahkan peneliti sebelum melakukan observasi. Fokus penelitian juga merupakan garis besar dari pengamatan penelitian, sehingga observasi dan analisa hasil penelitian lebih terarah.

Moloeng (2000), mengemukakan bahwa fokus penelitian di maksudkan untuk membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan yang tidak relevan, agar tidak di masukkan ke dalam sejumlah data yang sedang di kumpulkan, walaupun data itu menarik. Perumusan fokus masalah dalam penelitian kualitatif bersifat tentatif, artinya penyempurnaan rumusan fokus atau masalah masih tetap di lakukan sewaktu penelitian sudah berada di lapangan. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah:

1. Mengidentifikasi ketidakmaksimalan pendapatan asli daerah (studi tentang pajak reklame Kota Batu tahun 2019).
 - a) Memfokuskan pada keindahan kota.
 - b) Kurangnya kesadaran wajib pajak.
2. Mengidentifikasi tentang bagaimana upaya pemerintah daerah meningkatkan pajak reklame tahun 2017-2018.
 - a) Standardisasi pengawasan.

- b) Perbaikan dari penyelenggara reklame.

Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu :

- a. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Pendapatan Daerah, Ketua Dirjen Pajak, serta Masyarakat Kota Batu.
- b. Sumber data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media pertama atau data yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain yang telah disusun dan dipublikasikan. Data tersebut dapat diperoleh melalui tulisan, tabel, gambar, dokumen dan simbol-simbol lain.

Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2015:224) mengatakan bahwa “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data”. Untuk memperoleh data yang memenuhi standar, maka peneliti harus mengetahui strategi pengumpulan data yang tepat.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistimatis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti. Dengan demikian metode observasi bisa digunakan dan dilakukan untuk melihat dan mengamati fenomena-fenomena yang dimaksud yang akan turut menentukan hasil dari penelitian yang ada. Adapun observasi yang digunakan adalah observasi non partisan yaitu suatu kegiatan observasi dimana peneliti tidak aktif di dalam kegiatan dari obyek yang diteliti.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang di selenggarakan atau di lakukan dengan cara tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan informan. Wawancara mendalam juga digunakan untuk memperoleh

data-data mengenai kurang maksimalnya pendapatan asli daerah (studi tentang pajak reklame tahun 2019).

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data melalui menghimpun data yang tertulis dan tercetak. Menurut Arikunto (2010:274) metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat agenda dan sebagainya.

Pembahasan

Target Pajak Reklame Tahun 2017-2018 di Kota Batu

a. Memfokuskan Pada Keindahan Kota

Penempatan reklame dalam beberapa media promosi misalnya spanduk, baliho, papan reklame pada lokasi jalan protokol di Kota Batu tidak dapat dilepaskan dari perencanaan kota. Perencanaan kota berhubungan dengan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penataan atau perancangan tata ruang kota secara fisik maupun sosialnya. Reklame tidak lepas dari makna, jenis dan fungsi dari papan reklame. Sedangkan peran pemerintah dalam penataan papan reklame dihubungkan dengan apa yang harus dilakukan oleh pemerintah dalam menata papan reklame, dalam bentuk pembuatan kebijakan maupun implementasinya. seperti yang diungkapkan oleh Novrianty (2011) Estetika merupakan suatu bentuk yang indah. Menghubungkan antara berbagai imajinasi antara seni dan keindahan. Estetika berkaitan dengan moral, etika, filsafat, dan religi. Kota memiliki arti suatu lanskap yang memiliki seluruh elemen yang dibutuhkan oleh urban yang sebagian besar berpusat pada kebutuhan ekonomi dan hiburan. Kota sebagai pusat aktivitas harus dapat menjadi identitas bagi para penghuninya dan mampu menjadi penavigasi bagi setiap orang yang berada di dalam dan mendatangi kota tersebut. Oleh karena itu, estetika kota tidak lain adalah estetika tentang perkotaan oleh keindahan arsitektural bangunan bersejarahnya. Sementara estetika bangunan bersejarah dari sebuah kota adalah bagian dari kota yang dilestarikan karena mewakili prestasi khusus dalam suatu gaya tertentu. Tolok ukurnya dikaitkan dengan nilai estetis dan arsitektonis/arsitektural yang tinggi dalam

bentuk antara lain struktur, tata ruang, dan ornamennya.

Kiprah masyarakat sangat menentukan efektif atau tidaknya peran yang dijalankan oleh pemerintah. Kondisi masyarakat di suatu wilayah sangat berbeda, ada masyarakat yang kooperatif dan sangat mudah untuk diajak bekerja sama, namun ada pula masyarakat yang tidak kooperatif, apatis dan acuh terhadap segala program pemerintah. Namun adakalanya akan terlihat tidak peduli apabila yang menjadi ajakan, himbauan dan larangan itu secara tidak langsung bersinggungan dengan kepentingannya. Sehingga Pemerintah Daerah Kota Batu mengupayakan mengakomodasi seluruh kepentingan masyarakat yang berkaitan dengan sarana dan Prasarana terkait dengan Kota Batu

Salah satu bagian dari perencanaan kota adalah penataan ruang fisik pada lingkungan kota sehingga pemanfaatannya sesuai dengan kebijakan tata ruang yang ada. Eko Budiharjo (2004:8) dalam buku arsitektur dan kota di Indonesia memberi pengertian bahwa perancangan kota merupakan pengaturan unsur-unsur fisik lingkungan kota sedemikian rupa sehingga dapat berfungsi baik, ekonomis untuk dibangun, dan memberi kenyamanan untuk dilihat dan untuk hidup di dalamnya. Selain itu, perancangan kota dalam menangani permasalahan keindahan kota tercermin dari fisik kota yang dirancang. Perancangan kota berhubungan dengan pengaturan fisik lingkungan yang didalamnya memperhatikan kualitas dan tata ruang lingkungan, dan sosial budaya. Sebagai kelanjutan dari perencanaan kota, perancangan kota mempertimbangkan penataan bentuk, tatanan, dan estetika lingkungan dengan mengintegrasikan unsur fisik dan non fisik – ekonomi dan sosial budaya. Perancangan Kota dengan demikian berkepentingan mewujudkan ruang kota yang berkualitas tinggi dan membentuk pola hidup masyarakat urban yang sehat jasmani dan rohani. Reklame di kota Batu meskipun bukan menjadi sektor andalan tetapi sudah mampu menjadi salah satu sektor yang cukup signifikan dalam pembayaran pajak. Dikarenakan kota batu sampai saat ini masih berfokus kepada keindahan kota dan meminimalisir pemasangan

reklame umbul-umbul dan mengganti dengan reklame digital.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dan identifikasi yang dilakukan perlu adanya keseimbangan antara keindahan dan pemasukan khususnya untuk membantu PAD kota batu lebih meningkat lagi. Mungkin dengan adanya sosialisasi dari dinas Perizinan untuk pemasangan papan digital dapat membantu menyeimbangkan antara estetika kota batu dan pemasukan dari Pendapatan Asli daerah Kota Batu.

b. Kurangnya Kesadaran Wajib Pajak.

Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari kewajiban kenegaraan dan peran serta wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Menurut Zain (2008:23) pajak merupakan suatu pengetahuan yang harus dimiliki oleh setiap wajib pajak maupun aparat pajak. Bila setiap wajib pajak mempunyai pengetahuan dan pemahaman yang memadai tentang peraturan perpajakan, maka dapat dipastikan wajib pajak secara sadar akan patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan baik dan benar. Sehingga mereka pun akan terhindar dari pengenaan sanksi perpajakan yang berlaku. Kurang sosialisasi menimbulkan rendahnya kesadaran masyarakat yang berdampak pada rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakannya. Kesadaran merupakan suatu mengerti atau mengetahui. Dalam hal ini kesadaran wajib pajak adalah suatu keadaan dimana wajib pajak mengerti atau mengetahui hak dan kewajiban perpajakannya. Kesadaran wajib pajak atas besarnya peranan yang diemban sektor perpajakan sebagai sumber pembiayaan negara sangat diperlukan guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Kemauan Wajib Pajak dalam membayar pajak adalah hal yang penting dalam penarikan pajak. Masyarakat sendiri dalam kenyataannya tidak suka membayar pajak. Hal ini disebabkan masyarakat tidak pernah tahu wujud konkret imbalan dari uang yang dikeluarkan untuk membayar pajak (Widayati dan Nurlis, 2010). Salah satu upaya dalam meningkatkan penerimaan pajak adalah dengan memberikan suatu pelayanan yang bermutu terhadap Wajib Pajak selaku pelanggan. Masih ada wajib pajak

yang menunggu ditagih baru membayar pajak, seperti peraturan pajak pada periode lama. Supadmi (2009) Peningkatan kualitas dan kuantitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan kepada Wajib Pajak sebagai pelanggan.

Kemajuan dan perkembangan negara ini tak lepas dari kesadaran warganya dalam membayar pajak. Kesadaran masyarakat dalam membayar pajak sangat erat hubungannya dengan kesadaran bernegara. Menurut Siahaan (2010:106) apabila kesadaran bernegara kurang maka masyarakat kurang dapat mengenal dan menikmati pentingnya berbangsa dan bertanah air, berbahasa nasional, menikmati keamanan dan ketertiban, memiliki dan menikmati kebudayaan nasional dan pada akhirnya apabila kesadaran bernegara kurang maka rasa memiliki dan menikmati manfaat pengeluaran pemerintah juga kurang sehingga kesadaran membayar pajak juga berkurang. Kesadaran membayar pajak dapat diartikan sebagai suatu bentuk sikap moral yang memberikan sebuah kontribusi kepada negara untuk menunjang pembangunan negara dan berusaha untuk mentaati semua peraturan yang telah ditetapkan oleh negara serta dapat dipaksakan kepada Wajib Pajak. Meningkatnya pengetahuan perpajakan masyarakat melalui pendidikan perpajakan baik formal maupun non formal akan berdampak positif terhadap kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak. Karakteristik wajib pajak yang dicerminkan oleh kondisi budaya, sosial, dan ekonomi akan dominan membentuk perilaku wajib pajak yang tergambar dalam tingkat kesadaran mereka dalam membayar pajak.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis identifikasi yaitu perlunya sosialisasi dalam membayar pajak yang diperuntukkan bagi wajib pajak. Apabila wajib pajak mengetahui dan memahami perpajakan, maka akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya. Sebaliknya, apabila wajib pajak kurang pengetahuan dan pemahaman perpajakan maka akan menurunnya tingkat kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya.

Upaya Pemerintah Daerah Kota Batu Meningkatkan Pajak Reklame Tahun 2017-2018

a. Standardisasi Pengawasan

Proses pengawasan yang paling awal adalah dengan melakukan standar pengawasan, yang merupakan tolak ukur dan sebagai pedoman dari pelaksanaan kegiatan tersebut. Dengan adanya suatu standar pengawasan akan memudahkan apa yang akan dilaksanakan. Dalam rangka melaksanakan pengawasan penyelenggaraan reklame di Kota Batu, Satuan Polisi Pamong Praja memiliki standar baku sebagai pedomannya. Standar yang digunakan adalah peraturan daerah nomor 4 tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame.

Disisi lain perlu standar pengawasan dalam melakukan pengawasan, membagi tugas yang jelas juga perlu dipahami untuk memudahkan pelaksanaan pengawasan. Hal ini dimaksudkan dalam pengawasan dapat mengetahui dan memahami tugas pokok dan fungsi yang harus dapat apa yang tidak harus dilakukan. Sehingga dalam pelaksanaan nanti tidak hanya sekedar mengawal saja. Tugas tugas yang sudah ada dalam Perda Kota Batu sebagaimana yang sudah tercantum.

Dalam standar pengawasan diatas juga sudah diketahui oleh pihak biro jasa penyelenggara reklame dan pelaku usaha. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh bapak stefanus bahwa setiap penertiban dan pengawasan sudah ada peraturannya, dalam penertibannya kami sesuai dengan perda bahwa yang diatur dalam perda itulah yang diawasi dan itu yang tidak bisa dipasang di kawasan itu. Tapi ada lagi dia bisa disitu tapi kalo ada kesalahan berupa salah tempat atau salah penempatan, misalnya ditiang listrik, pohon. Jadi yang ditertibkan adalah ditempat yang tidak diatur di perda, kedua dia tidak di daerah larangan tapi penempatannya salah, lalu yang ketiga reklame bodong, artinya tidak ada restibusinya atau tidak ada pajaknya. Karena nanti bakal ketahuan mana reklame yang bayar pajak dan yang belum. Bahwasannya sebelum memasang reklame pihak penyelenggara reklame sudah dijelaskan mengenai wewenang dengan regulasi yang ada.

Pengawasan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Batu terkait penyelenggaraan reklame legal dan ilegal termasuk jenis pengawasan langsung yang dipimpin oleh Komandan Pleton dan Komandan Regu yang dilakukan dengan operasi rutin. Pengawasan reklame dilakukan dengan menggunakan 3

aspek yaitu (1) Pemasangan reklame (2) Biro jasa penyelenggara reklame, dan (3) Pelaku usaha penyelenggara reklame. Selain melalui kegiatan pengawasan diatas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang juga melakukan pengawasan dari laporan aduan masyarakat setempat terkait dengan penyelenggaraan reklame. Pengaduan tersebut dilakukan dengan cara melapor ke kantor dengan menunjukkan bukti melalui foto atau melalui aplikasi *whatsapp*.

Layanan tersebut dikelola oleh Satuan polisi Pamong Praja Kota Balang pada dasarnya telah sesuai dengan tujuan dari pengawasan seperti yang dikemukakan Brantas (2009:190), yaitu agar proses pelaksanaan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah direncanakan sebelumnya sehingga kalau ada kesalahan bisa dilakukan dengan perbaikan. Di dalam proses pengawasan oleh Satuan Polisi pamong Praja Kota Batu secara keseluruhan sudah terlaksana dengan baik dan teratur, karena pada pelaksanaannya sudah mencakup beberapa hal yang menjadi syarat dalam melaksanakan suatu pengawasan. Seperti pendapat manullang (2005:184), bahwa proses pengawasan harus memperhatikan syarat-syarat pengawaasan:

1. Menetapkan alat pengukur (standar)
2. Mengadakan penilaian (mengukur ketercapaian dan membandingkan dengan standar yang telah ditetapkan)
3. Mengadakan tindakan perbaikan.

Dibawah ini merupakan pembahasan setiap proses dalam pengawasan izin penyelenggaraan reklame. Adapun permasalahan reklame insidentil yang berupa banner, spanduk, pamflet, dll yang sering ditertibkan oleh pihhak Satuan polisi Pamong Praja Kota Batu adalah sebagai berikut:

No.	Jenis Reklame	Tindakan Yang Diambil
1	Salah memasang reklame	Dilakukan eksekusi yang berupa pengambilan reklame dan disimpan oleh Satpol PP dan menunggu konfirmasi dari penyelenggara untuk diambil dan memasang reklame tersebut ditempat yang sudah ditetapkan sesuai dengan perizinannya

2	Izin reklame habis	Dilakukan penertiban oleh Satpol PP berupa penyitaan dari tempatnya dan dilakukan pemusnahan
3	Reklame ilegal	Langsung di eksekusi dan langsung dimusnahkan setelah operasi penertiban

Sumber: Satuan Polisi Pamong Praja Kota Batu 2019, diolah.

Jika dilihat dari pelanggaran reklame insidentil yang berupa bannr, pamflet, baliho dll, maka dapat disimpulkan dan digaris bawahi adalah jenis pelanggaran yang sering dilakukan terdapat 3 hal yaitu kesalahan dalam pemasangan reklame, izin reklame habis dan yang terakhir adalah reklame ilegal.

Pelanggaran dalam salah pemasangan reklame ditemukan ditempat yang daerah larangan contoh: memasang reklame dipohon, ditiang listrik, di trotoar yang bukan merupakan tempat yang seharusnya dipasang reklame.

Pelanggaran dalam izin masa habis ini merupakan problematika tersendiri lagi bagi Satuan Polisi Pamong Praja Kota Batu. Hal ini dikarenakan pihak penyelenggara reklame seakan acuh tak acuh jika masa berlaku perizinan reklamennya habis. Maka hal ini sebenarnya merugikan pemerintah Kota Batu karena seharusnya tempat tersebut dapat diisi dengan reklame yang baru dan yang paling diuntungkan adalah pihak penyelenggara reklame karena masih bisa mempromosikan usahanya. Oleh sebab itu, perlu penanganan yang intensif dari Satuan polisi Pamong praja Kota Batu sebagai aparat penegak hukum.

Pelanggaran reklame tetap yang berukuran besar juga sering melanggar. Jenis pelanggaran yang biasanya terjadi dan menjadi suatu problematika tersendiri bagi pemerintah Kota Batu serta tindakan yang diambil oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Batu adalah sebagai berikut:

No	Jenis Reklame	Tindakan Yang Diambil
1	Tidak ada izinnya	Pihak Satuan polisi pamong Praja langsung mengambil tindakan dengan cara menyita atau membongkar reklame

		yang benar-benar nyata tidak mempunyai izin (ilegal)
2	Salah tempat	Satuan Polisi Pamong Praja menyita reklame yang salah tempat, dan pihak satpol PP akan memberi surat peringatan dan teguran.

Sumber: Satuan Polisi Pamong Praja Kota Batu 2019, diolah.

Pelanggaran reklame dengan ukuran yang besar berupa baliho, billboard, dll disaat melakukan penertiban dilihat dahulu dari jenis reklame yang kemudian melakukan tindakan yaitu Satuan Polisi Pamong Praja dengan menyita atau membongkar reklame tersebut. Untuk reklame yang salah tempat Satuan Polisi Pamong Praja akan melakukan penyitaan, peringatan, dan teguran.

b. Perbaikan Dari Penyelenggara Reklame

Dalam proses pengawasan adalah tentang penilaian atau evaluasi. Dilakukan dengan cara membandingkan hasil kegiatan dengan alat pengukuran atau standar yang telah ditetapkan. dengan demikian, untuk dapat melaksanakan tahap ini ada dua hal yang harus tersedia, yaitu standar pengawasan dan hasil dari kegiatan di lapangan. Bila kedua hal tersebut sudah tersedia selanjutnya pengawasan dapat mengadakan penilaian dengan membandingkan dua hal tersebut sehingga dapat ditentukan telah terjadi atau setidaknya suatu penyimpangan. Dalam rangka mengadakan penilaian terhadap izin penyelenggaraan reklame, Satuan Polisi pamong Praja Kota Batu telah melakukan pengawasan menggunakan standar yang ada. Seperti yang kita ketahui reklame adalah alat promosi, menyampaikan dan memperkenalkan kepada khalayak umum dengan menggunakan kata-kata menarik. Definisi pemasaran menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Swastha (2013) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatankegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pengertian pemasaran menurut Kotler (2012) adalah proses

sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempunyai arti yang lebih luas daripada penjualan, pemasaran mencakup usaha perusahaan yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penjualan produk tersebut. Jadi, pemasaran juga merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu system untuk menghasilkan laba.

Sistem pengawasan secara berkelanjutan dan sistem pelaporan dalam penyelenggaraan reklame setiap hari harus dipersiapkan yang membuat pengawasan ini dapat berjalan sesuai dengan dinamika penyelenggaraan reklame dilapangan. Dengan adanya pelaporan setiap hari maka akan membuat Satuan Polisi Pamong Praja dalam memperbaharui data pelanggaran reklame. Dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja mempunyai respon yang cepat dalam penerimaan laporan pelanggaran izin penyelenggara reklame setiap harinya.

Dalam agenda terakhir yakni pengambilan tindakan. Pada hal ini hanya dilakukan apabila pada bagian sebelumnya dipastikan telah terjadi penyimpangan. Tindakan penertiban merupakan bagian dari perbaikan, artinya tindakan ini diambil dengan tujuan untuk menindaklanjuti laporan-laporan mengenai penyelenggara reklame yang menyalahi aturan agar sesuai dengan yang telah ditetapkan. berdasar selama penelitian yang saya lakukan selama 1 bulan dari Satuan Polisi Pamong Praja pada minggu pertama terdapat 40 pelanggaran, minggu kedua 10 pelanggaran, minggu ketiga 42 pelanggaran, minggu keempat 74 pelanggaran, semua pelanggaran tersebut hanya dilakukan oleh penyelenggara reklame insidental, dikarenakan peneliti hanya berfokus pada penelitian dan observasi reklame insidental saja. Dengan adanya kasus ini dapat dilihat bahwa jumlah pelanggaran setiap minggunya tidak menentu. Sejauh ini dari hasil wawancara dan observasi, peneliti berpendapat bahwa dalam mengambil tindakan terhadap pelanggaran penyelenggaraan reklame Satuan Polisi Pamong Praja telah

melakukan tugas dan wewenang sesuai dengan regulasi yang ada. Langkah awal dalam penelitian dan pengawasan reklame yaitu, mencatat temuan-temuan pelanggaran di seluruh wilayah Kota Batu, proses selanjutnya mereka melakukan surat peringatan kepada pihak penyelenggara reklame ilegal sampai dengan 3 kali surat peringatan dalam selang waktu 3 minggu. Apabila mereka tetap tidak mendengarkan maka akan kami sidangkan.

Dalam pelaksanaannya dilihat dari sifat dan waktunya satuan polisi pamong praja melakukan operasi rutin yaitu melalui operasi keliling dan pelaporan dari masyarakat dapat membantu dalam proses penertiban dan pengawasan ini. Sebenarnya satuan polisi pamong praja Kota Batu sudah melakukan penertiban dan pengawasan sesuai dengan wewenang dan prosedurnya hanya saja kesadaran dari pihak penyelenggara reklame masih terlalu rendah, oleh sebab itu pentingnya sosialisasi kepada pihak penyelenggara reklame dalam pelaku usaha memungkinkan bisa meningkatkan kesadaran para penyelenggara reklame sehingga dapat menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan Pajak daerah sangat penting mengingat dalam memberikan kontribusi dalam penerimaan Pendapatan Asli Daerah di Kota Batu. Pajak daerah tersebut salah satunya adalah pajak reklame. Peran pajak reklame mempengaruhi proses peningkatan Pendapatan Asli Daerah. Kota Batu adalah kota wisata yang menonjolkan keindahan dan estetika Kota. Tetapi disisi lain Kota Batu membutuhkan Pendapatan Asli Daerah yang tinggi untuk menumbuhkan ekonomi baik yang bisa menunjang kebutuhan Kota Batu sendiri, Tetapi dalam prakteknya khususnya bagi sektor reklame angka yang telah ditetapkan oleh dinas perpajakan menurun setiap tahunnya, problematika yang terjadi karena kota batu lebih menonjolkan sisi keindahan kota dan mengurangi pemasangan reklame dalam bentuk umbul-umbul atau banner di setiap sudut kotanya, hal itu membuat Pendapatan asli daerah dari kota batu sendiri menurun drastis di setiap tahunnya khususnya dari sektor reklame itu

sendiri. Disini peran dari satuan polisi pamong praja kota batu dan dinas perizinan kota batu sangat penting untuk membantu dinas pajak agar terciptanya keindahan di kota batu sendiri, disini satuan polisi pamong praja harus disiplin dan gerak aktif untuk melihat dan menindak reklame khususnya yang berada di luar konteks pemasangan seperti reklame yang menghalangi jalan dan pemandangan dari kota batu sendiri, dan juga dari dinas perizinan harus proaktif untuk mengontrol perizinan dari pemasangan reklame itu sendiri, bilamana ada reklame yang sudah melampaui batas dari izin yang telah ditetapkan segera koordinasi dengan pemilik reklame dan bila pemilik reklame tidak mengindahkan perintah dari dinas perizinan maka dari satuan polisi pamong praja berhak untuk mencopot reklame yang telah melampaui batas izin tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberi saran sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah : kota batu lebih mementingkan keindahan kota, maka perlu adanya sosialisasi dari dinas pajak kepada pengguna reklame bahwa untuk reklame dalam bentuk banner akan diganti dengan reklame digital.
2. Perlunya target yang konsisten setiap tahunnya seperti apa yang sudah dibahas oleh peneliti di atas bahwa angka nominal dari sektor reklame terus menurun, meskipun mencapai target yang telah ditetapkan tetapi angka yang dipatok terus menurun setiap tahunnya
3. Perlu adanya sanksi yang baru yang lebih tegas agar para palaku usaha jera. Contoh : Apabila pelaku usaha ketahuan memasang reklame ilegal maka tempat usahanya akan disegel.
4. Bagi masyarakat : lebih sadar akan pentingnya membayar pajak khususnya di sektor reklame dan mematuhi peraturan pemerintah agar tidak memasang reklame di sembarang tempat.

Daftar Pustaka

Sumber Buku:

- Dunn, W. N. 2003. Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal 132.
- Lexy J. Moleong. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosda Karya. Hal. 8.
- Tangkilisan, Hessel Nogi. S, 2003, Implementasi Kebijakan Publik, Jakarta: Lukman Offset. Hal. 12.
- Fandy Hutari, H. Solichin Abdul Wahab. 2012 Analisis Kebijakan. Bumi Aksara. Hal. 6.
- Prof. H Tachjan. 2003. Implementasi Kebijakan Publik, Jakarta: Lukman Offset. Hal 13.
- Irfan Islamy. 2007. Perumusan Kebijakan Negara. Bumi Aksara. Hal 14.
- Ahmad, Zainal Arifin. 2012 .Perencanaan Pembelajaran: dari Desain sampai Implementasi. Yogyakarta: PT Pustaka Insan Madani. Hal. 305.
- Miles, M.B Huberman, A.M dan Saldana, J 2014 Qualitative Data Analysyis A Methods Sourcebook, edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjejep Rohindi Rohidi. Hal 14.
- Subarsono. 2006. *Analisis Kebijakan Publik : Konsep, teori Dan aplikasi*. Pustaka Pelajar. Hal 13.
- Budiharjo, Eko. 2004. *Arsitektur dan Kota di Indonesia*. Alumni. Hal 8
- Zain, Mohammad. 2008. Manajemen Perpajakan. Salemba Empat: Jakarta. Hal 23.
- Siahaan, Marihot P. 2010. Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Brantas. 2009. Dasar-Dasar Manajemen. Bandung: Alfabeta. Hal 190
- Stanton, William J, 2000, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Indeks, Jakarta.
- Sumber Skripsi:**
- Irsandy Oktavido, 2014. *Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Pajak Daerah sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Batu*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Ayu Puspitasari, 2014. *Analisis Efektivitas, Efisiensi Kontribusi Pajak Dan Retribusi Daerah Terhadap Peningkatan PAD*

Kabupaten Blora Tahun 2014-2019.
Fakultas Ekonomi Universitas
Diponegoro Semarang.

Agustin P. Amelia, 2016. *Analisis Keberhasilan Pemungutan Pajak Dan Retribusi Daerah Di Kota Batu Terhadap Pendapatan Asli Daerah*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.

Peraturan Perundang-undangan :

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Undang-Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah.

Peraturan Daerah Kota Batu Nomor 4 Tahun 2017 tentang Pajak Reklame.

Sumber Jurnal & Skripsi:

Ramdhani, Abdullah and Ramdhani, Muhammad Ali. 2016. *Konsep Umum*

Pelaksanaan Kebijakan Publik. Jurnal Publik, 11 (1). pp. 1-12

Widayati dan Nurlis. 2010. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemauan untuk Membayar Pajak WAjib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas (Studi Kasus pada KPP Pratama Gambir Tiga)”. Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto.

Supadmi. 2010. “Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Melalui Kualitas”. Jurnal Akuntansi dan Bisnis : Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.

Sumber Artikel:

<http://novriyanti.staff.unja.ac.id/?p=314>

Sumber Media:

Koran Jawa Pos Radar Malang. *Pajak Reklame Masih Lesu*. Terbit: Selasa 3 Desember 2019.