

Evaluasi Kebijakan Penataan dan Sistem Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang

(Studi pada Bidang Pendapatan I Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Asset Kabupaten Malang)

Reza Septian Nugraha, Tjahjanulin Domai, Heru Ribawanto

Jurusan Administrasi Publik, FIA, Universitas Brawijaya, Malang

Email: rezink_sekulz@yahoo.co.id

Abstract

Structuring policy and advertisement tax collection system are an important factor in the implementation of the billboard in Malang regency. Structuring policy and advertisement tax collection systems are both used to enhance local revenue Malang regency. This research aimed to describe and analyze the structuring policy and advertisement tax collection system, as well as the obstacle factor in the arrangement and collection. This research use descriptive method with qualitative approach with focus issues are (1) policy arrangement and advertisement tax collection system in the Malang regency, and (2) obstacle factor in the arrangement and collection of advertisement tax in Malang regency. This research resulted in a conclusion that the arrangement made by the billboard DPPKA Malang regency have not reached the maximum, because implementation of billboards on the field not in accordance with the applicable regulations and there are several obstacle factors arrangement and collection. Recommendations to given is the revenue sector I DPPKA and UPTD income in the area have more control and responsibility for the advertisement tax structuring and collection.

Keywords: Policy, Tax Collection System, Tax

Abstrak

Kebijakan mengenai penataan dan sistem pemungutan pajak reklame merupakan faktor penting dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Malang. Kebijakan penataan dan sistem pemungutan pajak reklame yang baik digunakan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Malang. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis kebijakan penataan dan sistem pemungutan pajak reklame, serta faktor kendala dalam penataan dan pemungutannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan fokus permasalahan adalah (1) Kebijakan Penataan dan Sistem Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang, dan (2) Faktor kendala dalam Penataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang. Penelitian ini menghasilkan suatu kesimpulan bahwa kebijakan penataan reklame yang dilakukan oleh DPPKA kabupaten malang belum maksimal karena penyelenggaraan reklame yang terjadi di lapangan belum sesuai dengan perda yang berlaku dan masih ada beberapa faktor kendala dalam penataan dan pemungutannya. Saran yang diberikan adalah Bidang Pendapatan I DPPKA dan UPTD pendapatan harus lebih mengawasi dan tanggung jawab dalam proses penataan dan pemungutan pajak reklame.

Kata Kunci: Kebijakan, Sistem Pemungutan Pajak, Pajak

Pendahuluan

Negara Indonesia merupakan salah satu Negara yang menjunjung tinggi nilai-nilai yang ada dalam ideologi Pancasila dan UUD 1945, oleh karena itu disini perwujudan kewajiban kenegaraan dan persatuan dalam gotong-royong nasional merupakan hal yang

penting dalam pelaksanaan pembangunan nasional. Pembangunan di daerah diharapkan dapat memanfaatkan segala potensi yang ada di masing-masing daerah, sehingga pelaksanaan pembangunan tersebut diserahkan langsung pada tiap-tiap daerah untuk mengatur rumah tangganya sendiri

dan urusan yang ada di dalamnya. Ditetapkannya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang diikuti dengan disahkannya Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah memberikan banyak kewenangan kepada daerah dalam menjalankan fungsi pemerintah. Sasaran yang ingin dicapai dalam hal ini adalah semakin meningkatnya proporsi Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara signifikan dalam pembiayaan bagi kegiatan pelayanan masyarakat dan pembangunan.

Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan sumber keuangan daerah yang digali dari dalam wilayah daerah yang bersangkutan. Proporsi Pendapatan Asli Daerah dalam seluruh penerimaan daerah masih rendah bila dibandingkan dengan penerimaan dari bantuan pemerintah pusat. Keadaan ini menyebabkan perlu dilakukan suatu upaya untuk menggali potensi keuangan daerah dalam peningkatan pendapatan daerah. Salah satu sumber utama Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan adalah pajak. Secara umum pajak menurut Soemitro dalam Mardiasmo (2011, h.1) adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Pajak merupakan salah satu wujud kemandirian suatu bangsa dalam pembiayaan pembangunan yaitu menggali potensi dalam negeri.

Dalam faktanya, hasil penerimaan pajak daerah diakui belum maksimal dan memiliki peranan yang relatif kecil terhadap Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) khususnya bagi daerah kabupaten/kota. Sebagian besar pengeluaran APBD dibiayai dana alokasi dari pusat. Dalam banyak hal, dana alokasi dari pusat tidak sepenuhnya dapat diharapkan menutup seluruh kebutuhan pengeluaran Daerah. Ketergantungan daerah yang sangat besar terhadap dana perimbangan dari pusat dalam banyak hal kurang mencerminkan akuntabilitas daerah. Untuk meningkatkan

akuntabilitas penyelenggaraan otonomi, Pemerintah Daerah diberikan perluasan kewenangan yang lebih besar dalam perpajakan dengan memperluas basis pajak daerah selama perluasan basis pajak yang dilakukan sesuai dengan prinsip pajak yang terbaik dan memberikan kewenangan kepada Daerah dalam penetapan tarif. Demikian juga potensi yang ada di daerah dimana usaha tersebut tidak lepas dari peran serta dan kontribusi Pemerintah Daerah yang lebih mengetahui akan kebutuhan dan kondisi serta potensi yang ada di daerahnya untuk digali dan dioptimalkan. Selain itu, tiap-tiap daerah tersebut mempunyai hak dan kewajiban mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahannya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat.

Menurut Mardiasmo (2011, h.12) dijelaskan bahwa Pajak Daerah merupakan kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Di dalam Peraturan Daerah tersebut terdapat jenis-jenis pajak yang dapat dipungut oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Malang. Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Kabupaten Malang salah satunya adalah Pajak Reklame. Dalam Perda Kabupaten Malang Nomor 8 tahun 2010 tentang pajak daerah, dijelaskan Pajak Reklame adalah pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame. Pajak Reklame dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

Di Kabupaten Malang sendiri, Pajak Reklame merupakan salah satu macam sumber penerimaan Pajak Daerah yang sangat penting dan termasuk salah satu pendapatan daerah yang memiliki kontribusi besar. Tetapi dalam faktanya, penerimaan pendapatan mengenai pajak reklame masih

tidak menentu dan mengalami pendapatan naik turun dari realisasi tiap bulannya selama pertengahan tahun 2012 ini. Untuk itu, apabila penerimaan mengenai pajak reklame selalu mengalami pendapatan yang naik turun maka lama kelamaan kontribusi pendapatan dari pajak reklame akan semakin kecil terhadap Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) khususnya bagi pembangunan daerah Kabupaten Malang. Dengan adanya realita tersebut diperlukan pengawasan yang baik oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Malang khususnya bagi Bidang Pendapatan I Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Asset (DPPKA) dalam perihal penataan dan pemungutan pajak reklame.

Pada Peraturan Daerah Kabupaten Malang Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklametersebut, juga dijelaskan bahwa penataan reklame merupakan hal yang penting dalam menunjang penyelenggaraan reklame yang tertib dan rapi serta dapat menciptakan suasana kondusif dalam iklim usaha, ketentraman masyarakat dan ketertiban umum dapat terwujud. Oleh karena itu, apabila semakin baik penyelenggaraan maupun penataan reklame di wilayah kabupaten/daerah, maka semakin optimal pula pendapatan asli daerah dari sektor pajak. Pendapatan asli daerah yang berasal dari pajak ini diperkirakan akan terus meningkat melalui penyelenggaraan reklame yang berkeadilan, transparan dan berkualitas. Tulisan ini bermaksud untuk lebih fokus ke arah evaluasi mengenai kebijakan penataan dan sistem pemungutan pajak reklame di Kabupaten Malang agar dalam hal ini penyelenggaraan reklame dapat berjalan dengan baik sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku dan diharapkan bisa menjadi masukan bagi para pembuat kebijakan yang berkaitan dengan pajak daerah.

Dengan memperhatikan latar belakang diatas, maka permasalahan yang bisa dirumuskan adalah Bagaimana Kebijakan Penataan dan Sistem Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang dan Apa saja Faktor kendala dalam Penataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang.

Tinjauan Pustaka

Terdapat beberapa pengertian administrasi publik, menurut Chandler dan Plano dalam Keban (2008, h.3) juga mendefinisikan Administrasi Publik merupakan proses dimana sumberdaya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Menurut Widjaja (2005, h.4) juga menjelaskan bahwa Peranan administrasi publik tidak cukup hanya dalam konsep dan teori semata, tetapi benar-benar dapat mewujudkan suatu disiplin ilmu (ilmu administrasi) yang mampu memecahkan masalah yang semakin kompleks dan rumit, khususnya dalam pelaksanaan penyelenggaraan otonomi daerah.

Kebijakan publik dalam kepustakaan Internasional disebut sebagai *public policy*, yaitu suatu aturan yang mengatur kehidupan bersama yang harus ditaati dan berlaku mengikat seluruh warganya. Nugroho (2004, h. 1-7) menjelaskan setiap pelanggaran akan diberi sanksi sesuai dengan bobot pelanggaran yang dilakukan dan sanksi dijatuhkan didepan masyarakat oleh lembaga yang mempunyai tugas menjatuhkan sanksi. Menurut Wahab (2008, h.1-2) istilah *public policy* seringkali penggunaannya saling ditukarkan dengan istilah-istilah lain seperti tujuan (*goals*) program, keputusan, undang-undang, ketentuan-ketentuan, usulan-usulan dan rancangan-rancangan besar.

Dunn dalam Nugroho (2011, h.389) merumuskan evaluasi kebijakan sebagai suatu pemberian informasi mengenai kinerja atau memberikan hasil dari suatu kebijakan. Evaluasi digunakan untuk mempelajari tentang hasil yang diperoleh dalam suatu program untuk dikaitkan dalam pelaksanaannya, mengendalikan tingkah laku dari orang-orang yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan program, dan mempengaruhi respon dari mereka yang berada di luar lingkungan politik.

Menurut Mardiasmo (2011, h.9) salah satu tarif pajak adalah Tarif Sebanding/Proporsional, yaitu Tarif berupa

persentase yang tetap, terhadap berapapun jumlah yang dikenakan pajak sehingga besarnya pajak yang terutang proporsional terhadap nilai yang dikenakan pajak. Sedangkan teori pemungutan pajak menurut Mardiasmo (2011, h.7) yaitu: *Official Assessment System* adalah suatu system pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. Untuk teori kendala dan hambatan pemungutan pajak, Menurut Mardiasmo (2011, h.8) dijelaskan hambatan terhadap pemungutan pajak dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

- 1) Perlawanan Pasif, dimana dalam hal ini masyarakat enggan (pasif) membayar pajak, yang dapat disebabkan antara lain: a) Perkembangan intelektual dan moral masyarakat, b) Sistem perpajakan yang sulit dipahami, dan c) Sistem kontrol tidak dapat dilaksanakan dengan baik
- 2) Perlawanan Aktif, dimana perlawanan aktif meliputi usaha dan perbuatan yang secara langsung ditujukan kepada fiskus dengan tujuan untuk menghindari pajak.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor dalam Moleong (2001, h.3) bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk menghasilkan data deskriptif berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.

Fokus permasalahan penelitian ini adalah (1) Kebijakan Penataan dan Sistem Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang, dan (2) Faktor kendala dalam Penataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang. Pada penelitian ini yang

menjadi lokasi penelitian adalah Kabupaten Malang dan yang menjadi situs penelitian adalah Bidang Pendapatan I DPPKA Kabupaten Malang dan Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Pendapatan Singosari Kabupaten Malang. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman (1992, h.16-20) melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi/penarikan kesimpulan.

Pembahasan

Dalam berbicara mengenai perpajakan daerah, Pajak daerah merupakan pajak yang dipungut oleh daerah dan merupakan salah satu sumber penerimaan penting yang akan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Seperti halnya menurut Mardiasmo (2011, h.6) mengemukakan bahwa pajak daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Dalam hal kebijakan penataan reklame ini diperlukan adanya evaluasi kebijakan, seperti halnya menurut Dunn dalam Nugroho (2011, h.389) merumuskan evaluasi kebijakan sebagai suatu pemberian informasi mengenai kinerja atau memberikan hasil dari suatu kebijakan. Evaluasi digunakan untuk mempelajari tentang hasil yang diperoleh dalam suatu program untuk dikaitkan dalam pelaksanaannya, mengendalikan tingkah laku dari orang-orang yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan program, dan mempengaruhi respon dari mereka yang berada di luar lingkungan politik. Oleh karena itu, peneliti akan mengevaluasi mengenai kebijakan penataan dan pemungutan reklame di kabupaten Malang, sebagai berikut:

Kebijakan mengenai penyelenggaraan reklame merupakan suatu hal yang harus dipatuhi oleh penyelenggara reklame. DPPKA Kabupaten Malang dalam membuat kebijakan penyelenggaraan reklame harus bersifat mengikat bagi seluruh

penyelenggara reklame. Dalam temuan peneliti di lapangan hal ini didukung oleh kebijakan publik menurut Nugroho (2004, h.1-7) yang kebijakan penyelenggaraan reklame harus bisa mengatur, ditaati dan bersifat mengikat bagi semua penyelenggara reklame, setiap pelanggaran akan diberikan sanksi bila tidak sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Berdasarkan teori di atas, kebijakan terhadap penyelenggaraan reklame yang diterapkan oleh bidang pendapatan DPPKA Kabupaten Malang harus bisa menjadi acuan bagi seluruh proses dan pelaksanaan penyelenggaraan reklame yang ada di daerah. Dalam hal ini DPPKA mempunyai kebijakan untuk mencapai tujuan mengelola penyelenggaraan reklame dengan baik sesuai dengan ketentuan yang berlaku, ini memiliki keterkaitan dengan asal kata administrasi, yaitu diartikan sebagai *to manage* (mengelola). Dalam hal ini, Penyelenggaraan reklame merupakan bagian dari kegiatan administrasi publik sebab dalam penyelenggaraan reklame memiliki ketentuan dan peraturan yang berhubungan dengan setiap penyelenggara reklame baik proses atau teknisnya pelaksanaannya.

Kebijakan mengenai ketentuan perizinan reklame merupakan perihal yang harus dilalui oleh penyelenggara reklame sebelum mereka menyelenggarakan reklame mereka dan ini berpedoman pada peraturan daerah nomor 4 tahun 2006 tentang penyelenggaraan reklame. Sama halnya dengan penyelenggaraan reklame, kebijakan mengenai perizinan reklame yang dibuat oleh Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Asset harus bisa berkaitan dengan perundang-undangan yang berlaku. Seperti halnya menurut Menurut Wahab (2008, h.1-2) istilah *public policy* seringkali penggunaannya saling ditukarkan dengan istilah-istilah lain seperti tujuan (*goals*) program, keputusan, undang-undang, ketentuan-ketentuan, usulan-usulan dan rancangan-rancangan besar. Dalam pembahasan ini, dengan dipatuhinya kebijakan perizinan reklame ini oleh setiap penyelenggara reklame dapat tercipta penyelenggaraan reklame yang transparan dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, DPPKA selaku lembaga otoritas tertinggi

yang mengatur pendapatan daerah, berkewajiban memberikan himbauan kepada penyelenggara reklame perihal perizinan reklame ini. Karena nantinya dengan perizinan yang dilakukan oleh penyelenggara reklame, penataan maupun penyelenggaraan mengenai pajak reklame ini akan berjalan dengan baik sesuai tujuan yang ingin dicapai. DPPKA juga harus berpedoman kepada perundang-undangan yang berlaku yang membahas tentang perizinan reklame yaitu perda nomor 4 tahun 2006 tentang penyelenggaraan reklame. Meskipun dalam faktanya di lapangan belum bisa berjalan sesuai dengan yang telah ditentukan dalam perda.

Sistem Penataan Reklame merupakan bagian dari kegiatan administrasi publik sebab dalam penataan ini memiliki cara dan ketentuan yang berhubungan dengan setiap penyelenggara reklame dan objek reklame mereka. Peran administrasi menjadi sangat penting dalam sistem penataan reklame permanen dan insidental ini, dibentuknya bidang pendapatan DPPKA diharapkan mampu memecahkan masalah yang ada dalam penataan jenis reklame ini seperti halnya menurut Widjaja (2005, h.4) “peranan administrasi publik tidak cukup hanya dalam konsep dan teori semata, tetapi benar-benar dapat mewujudkan suatu disiplin ilmu (ilmu administrasi) yang mampu memecahkan masalah yang semakin kompleks dan rumit, khususnya dalam pelaksanaan penyelenggaraan otonomi daerah”. Sehingga dengan adanya hal ini diharapkan sistem penataan yang diterapkan bidang pendapatan DPPKA ini dapat memecahkan masalah mengenai banyaknya jenis reklame itu sendiri demi tercapainya penyelenggaraan reklame yang baik.

Dalam hasil penelitian di lapangan, Sistem penataan reklame permanen dan insidental salah satunya berpedoman pada peraturan daerah nomor 8 tahun 2010 tentang pajak daerah yang mana menyebutkan masa pajak baik reklame permanen dan reklame insidental. Dalam perda tersebut pasal 40 dijelaskan bahwa Masa Pajak Reklame adalah jangka waktu yang sama dengan masa penyelenggaraan reklame yang ditentukan sebagai berikut: Dalam hal reklame diselenggarakan secara

permanen, masa pajak adalah waktu yang lamanya 1 (satu) tahun, sedangkan dalam hal reklame diselenggarakan dalam waktu terbatas dikategorikan sebagai reklame insidental, masa pajak ditetapkan 1 (satu) bulan, 1 (satu) minggu, dan 1 (satu) hari. Dalam penelitian juga menyebutkan bahwa masa pajak reklame insidental paling lama selama 3 bulan dan itu bisa diperpanjang. Selain itu, dari hasil penelitian di lapangan, penataan reklame permanen dan insidental di kabupaten malang adalah dilihat dari segi bahan yang digunakan, dimana reklame permanen menggunakan bahan yang bisa tahan lama, sedangkan reklame insidental menggunakan bahan yang biasanya tidak tahan lama. Penataan kedua reklame diatas berhubungan erat dengan masa pajak reklame tersebut. Tetapi penjelasan dari segi bahan antara reklame permanen dan insidental belum tertuang dalam pedoman perda yang diterapkan. Untuk itu, dalam temuan peneliti di lapangan diperlukan adanya evaluasi kebijakan menurut Bingham dan Felbinger dalam Nugroho (2011, h.676) salah satu jenis evaluasi, yaitu Evaluasi proses, yang fokus pada bagaimana proses implementasi suatu kebijakan. Sehingga dengan adanya evaluasi kebijakan ini dapat menjadi masukan bagi DPPKA selaku pembuat kebijakan sistem penataan reklame permanen dan insidental yang ada di daerah.

Ketentuan nilai sewa reklame yang dibebankan kepada wajib pajak oleh Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Asset berpedoman pada perda nomor 8 tahun 2010 tentang pajak daerah dan perda nomor 4 tahun 2006 tentang penyelenggaraan reklame, penetapan tarif pajak reklame juga sesuai dengan perda nomor 8 tahun 2010 pasal 37 yang menyebutkan bahwa tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25 % (dua puluh lima persen) dari nilai sewa reklame. Dalam hasil penelitian, tarif tersebut dibebankan kepada wajib pajak reklame setiap bulannya dan tarif tersebut bersifat tetap. Sesuai dengan Mardiasmo (2011, h.9) yaitu dalam penetapan tarif pajak termasuk tarif Sebanding/Proporsional, persentase tetap 25% namun pajak yang akan dibayar wajib pajak selalu akan berubah sesuai dengan ketentuan dan jumlah yang dikenakan pajak.

Penetapan nilai sewa reklame ini berkaitan dengan tujuan kebijakan publik yang mana mengatur ketentuan bersama bagi penyelenggara dalam penyelenggaraan reklame. Ditetapkan nilai sewa reklame untuk lebih difungsikan agar tercapainya penyelenggaraan yang bersih dan bertanggung jawab. Peran administrator publik merupakan hal penting dalam pelaksanaan kebijakan nilai sewa dan tarif reklame ini, karena DPPKA diharapkan bisa melakukan sinergitas dan koordinasi dengan petugas/aparatur yang memang langsung turun ke lapangan dalam pelaksanaan kebijakan tarif dan nilai sewa ini. Sesuai dengan pendapat Chandler dan Plano dalam Keban (2008, h.3) yang menjelaskan Administrasi Publik merupakan proses dimana sumberdaya dan personel publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Hal ini dapat dipahami bahwa pengertian tersebut mencakup kerjasama antar pihak yang terkait untuk melakukan tugas-tugas yang telah ditetapkan oleh DPPKA kabupaten malang dalam melaksanakan tugas-tugas penetapan nilai sewa dan tarif reklame di setiap daerah.

Sistem pemungutan pajak merupakan suatu gambaran bagaimana nantinya proses pelaksanaan pemungutan pajak reklame tersebut dilakukan. Dalam melakukan pemungutan DPPKA dan UPTD pendapatan kabupaten malang bersikap adil dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dalam temuan ini sesuai dengan syarat pemungutan pajak menurut Mardiasmo (2011:2), yaitu pemungutan pajak harus adil (syarat keadilan) dengan sesuai pada tujuan pelaksanaan pemungutan. Selain syarat keadilan dalam pemungutan pajak reklame di DPPKA juga dilakukan dengan berdasarkan undang-undang atau peraturan yang berlaku, sesuai pendapat Mardiasmo (2011:2) yang berpendapat bahwa Pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang (syarat yuridis), yaitu sesuai dengan perda pajak daerah yang berlaku di kabupaten malang dan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame, bidang pendapatan I DPPKA

Kabupaten Malang menerapkan Sistem *Official Assesment*, dimana penetapan besarnya pajak terutang ditetapkan oleh dinas. Hal ini sesuai dengan perda nomor 8 tahun 2010 tentang pajak daerah pasal 39 yang menyebutkan bahwa Pajak Reklame dipungut dengan sistem *Official Assesment*. Sesuai dengan pendapat Mardiasmo (2011, h.7) sistem yang digunakan adalah *Official assessment system*. Dalam sistem ini menjelaskan besarnya pajak terutang di tetapkan dinas yaitu DPPKA, sedangkan wajib pajak reklame bersifat pasif dan hanya menunggu dikeluarkannya surat ketetapan pajak daerah oleh Dinas. Sedangkan prosedur pemungutan Pajak Reklame yang diterapkan di kabupaten malang adalah melalui beberapa tahapan, yaitu a) Pendaftaran, b) Pendataan, c) Penetapan Besarnya Pajak Terutang Reklame, dan d) Penagihan dan Pembayaran Pajak Reklame.

Dalam berbicara mengenai faktor kendala dalam penataan dan pemungutan reklame, ada beberapa permasalahan yang muncul, meliputi:

a) Penyelenggaraan Reklame belum sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku

Salah satu kendala yang muncul dalam proses pelaksanaan penataan reklame adalah kurangnya kesadaran dari penyelenggara reklame karena tanpa kesadaran dari penyelenggara reklame pelaksanaan penataan pajak reklame akan banyak mengalami kendala-kendala. Dari hasil penelitian, dalam pelaksanaannya di kabupaten malang masih sering terjadi hal-hal yang masih tidak sesuai dengan peraturan daerah yang ada seperti dalam hal pembongkaran reklame yang mana penyelenggara reklame tidak melepas objek reklamennya setelah masa izin mereka habis, padahal sesuai dengan perda nomor 4 tahun 2006 pasal 7 point (e) dijelaskan bahwa penyelenggara reklame berkewajiban membongkar reklame beserta bangunan konstruksi segera setelah berakhir izin atau setelah izin dicabut. Ketidaktaatan penyelenggara reklame seperti ini disebabkan masih kurangnya pemahaman penyelenggara reklame untuk melaksanakan kewajibannya sesuai peraturan daerah yang berlaku. Kendala tersebut sangat

mengganggu jalannya kegiatan penataan yang dilaksanakan oleh bidang pendapatan DPPKA Kabupaten Malang. Oleh karena itu, sebaiknya dalam hal penataan reklame agar penyelenggaraan reklame dapat berjalan dengan baik, maka baik penyelenggara reklame maupun petugas/aparatur pajak yang terkait harus bisa bersikap aktif. Sesuai dengan pendapat Chandler dan Plano dalam Keban (2008:60) yang mana dengan pemanfaatan yang strategis terhadap sumberdaya-sumberdaya yang ada dalam penataan reklame dapat memecahkan masalah-masalah publik maupun masalah penataan reklame yang muncul di kabupaten malang melalui kebijakan yang sesuai.

b) Kendala dalam hal perizinan reklame

Kurangnya kesadaran penyelenggara reklame dalam melakukan perizinan merupakan masalah utama yang terjadi dalam pelaksanaan penataan pajak reklame di kabupaten malang. Dalam hal ini dikarenakan kurang menerapkan proses administrasi publik menurut Keban (2008, h.3) yang mana penyelenggara reklame dan aparatur pajak terkait harus melakukan koordinasi dalam mengelola dan mengimplementasikan kebijakan perizinan reklame di kabupaten malang. Dari hasil temuan di lapangan masih ada beberapa kendala yang muncul dimana masih banyak penyelenggara reklame yang tidak meminta izin, mereka malah memasang reklamennya terlebih dahulu.

c) Kurangnya kesadaran dari wajib pajak untuk membayar pajak

Pemungutan merupakan hal penting dalam optimalnya penerimaan dari pajak reklame. Kurangnya kesadaran wajib pajak merupakan kendala utama dalam proses pemungutan pajak. Salah satu faktor kendala dalam pemungutan pajak reklame di kabupaten malang adalah kesadaran wajib pajak karena tanpa kesadaran wajib pajak pelaksanaan pemungutan pajak reklame akan mengalami kendala-kendala. Kurangnya atau tidak adanya kesadaran masyarakat sebagai wajib pajak untuk membayar pajak ke negara mengakibatkan

timbulnya perlawanan atau terhadap pajak yang merupakan kendala dalam pemungutan pajak sehingga mengakibatkan berkurangnya penerimaan kas daerah (APBD). Sesuai dengan Mardiasmo (2011, h.8) yang mana ada perlawanan pasif yang dilakukan wajib pajak reklame dimana enggan (pasif) dalam membayar pajak, mungkin dikarenakan sistem perpajakan yang sulit dipahami oleh wajib pajak reklame dan sistem kontrol yang tidak dapat dilaksanakan dengan baik.

Jadi dari pernyataan diatas bisa disimpulkan bahwa dalam pemungutan pajak dituntut adanya kesadaran wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya, karena kurangnya kesadaran wajib pajak ini dapat menimbulkan perlawanan sehingga bisa mengakibatkan berkurangnya penerimaan kas daerah khususnya APBD Kabupaten Malang. Selain itu, juga diperlukan keaktifan dan respon dari aparat pajak yang ada di daerah dalam proses pemungutan ini, Sehingga kendala-kendala tersebut sangat mengganggu dalam proses pelaksanaan pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh UPTD pendapatan yang ada di kabupaten malang.

d) Wajib Pajak yang sulit untuk ditemui

Dari hasil penelitian di UPTD pendapatan singosari, kendala pemungutan yang utama yang sering terjadi adalah wajib pajak yang sulit ditemui, ini bisa diartikan bahwa wajib pajak tersebut melakukan penghindaran atau memang tidak ada di tempat atau lokasi. Selain itu, fakta di lapangan yang terjadi masih banyaknya wajib pajak yang berada di luar kota saat dilakukan penagihan. Sesuai dengan pendapat Mardiasmo (2011:8) dimana termasuk perlawanan aktif yang dilakukan wajib pajak reklame yang mana meliputi usaha dan perbuatan yang secara langsung ditujukan kepada fiskus dengan tujuan untuk menghindari pajak.

Wajib pajak yang sulit ditemui ini bisa diartikan bahwa wajib pajak tersebut melakukan penghindaran pajak. Dalam temuan fakta di lapangan, seperti halnya Mardiasmo (2011:8) yang termasuk dalam perlawanan aktif dengan bentuk *Tax Avoidance* merupakan usaha wajib pajak reklame meringankan beban pajak dengan

tidak melanggar undang-undang, jadi penghindaran pajak terjadi sebelum SKPD keluar.

Penutup

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa kebijakan penataan dan sistem pemungutan pajak reklame belum sepenuhnya berjalan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kebijakan Penataan dan Sistem Pemungutan pajak reklame meliputi bagaimana penataan mengenai penyelenggaraan, perizinan, sistem penataan reklame permanen dan insidental, nilai sewa dan tarif pajak reklame, serta sistem dan prosedur pemungutan pajak reklame. Hal ini dilihat dari masih adanya permasalahan dan pelanggaran yang muncul dalam penyelenggaraan reklame, baik dari intern maupun ekstern. Oleh karena itu, evaluasi diperlukan dalam setiap kebijakan mengenai pajak daerah yang dibuat oleh pemerintah. Dalam hal ini, kebijakan yang bersifat mengikat dan tegas yang berpedoman dengan perundang-undangan yang berlaku dan sesuai dengan kondisi situasi yang ada di daerah Kabupaten Malang sangat diperlukan demi menunjang pendapatan daerah dari sektor pajak reklame. Sementara itu, Faktor kendala dalam penataan pajak reklame, antara lain: penyelenggaraan reklame belum sesuai dengan peraturan daerah yang berlakudan kendala dalam hal perizinan reklame, sedangkan faktor kendala dalam pemungutan pajak reklame, antara lain: kurangnya kesadaran dari wajib pajak untuk membayar pajak dan wajib pajak yang sulit untuk ditemui.

Melihat masih banyaknya masalah dari kebijakan penataan dan sistem pemungutan pajak reklame yang dilakukan Bidang Pendapatan I dan UPTD Pendapatan di kabupaten malang, maka dapat diambil saran bahwa diharapkan adanya pengawasan dan tanggung jawab yang dilakukan oleh bidang pendapatan DPPKA dalam proses pelaksanaan penyelenggaraan reklame di kabupaten malang, tidak hanya bergantung pada DPPKA bagi penyelenggara reklame diharapkan juga lebih mengerti atau paham atau aktif terhadap pedoman atau acuan perda yang menyangkut penyelenggaraan

dan penataan pajak reklame ini. Sedangkan saran untuk mengoptimalkan pemungutan pajak reklame, diharapkan adanya pengoptimalan cara memungut yaitu wajib pajak mempunyai tanggung jawab untuk

melaporkan data reklamenya secara jujur dan berperan aktif dalam mendaftarkan objek reklamenya, tidak hanya bergantung pada DPPKA maupun petugas UPTD pendapatan yang terkait.

Daftar Pustaka

- Abdul Wahab, Solichin. (2008). **Analisis Kebijakan Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijakan Negara**. Edisi Kedua. Jakarta, PT. Bumi Aksara
- Keban, Yeremias T. (2008). **Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik**. Yogyakarta, Gava Media
- Mardiasmo . (2011). **Perpajakan , Edisi Revisi 2011** . Yogyakarta, Penerbit ANDI
- Moleong, Lexy J. (2001). **Metode Penelitian Kualitatif, cetakan keempatbelas**. Bandung, PT Remaja Rosdakarya
- Nugroho, Riant. (2011). **Public policy: Dinamika Kebijakan, Analisis Kebijakan, Manajemen Kebijakan** . Jakarta, Gramedia
- Nugroho, Riant. (2004). **Kebijakan Publik: Formulasi, Implementasi dan Evaluasi**. Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.
- Widjaja, HAW. (2005). **Penyelenggaraan Otonomi Di Indonesia**. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada