

**IMPLEMENTASI KEBIJAKAN  
PENDATAAN DAN PEMUNGUTAN  
PAJAK REKLAME DI KOTA MALANG  
( Studi Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kota Malang )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Sarjana  
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**ROMOLO PERMADI**

**0110313049**



**KONSENTRASI KEBIJAKAN PUBLIK  
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2008**

## RINGKASAN

Romolo Permadi, 2008, Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang (Studi Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Malang), Drs. Trilaksono Nugroho, M.S, Drs. Mochammad Rozikin, MAP, 74 Hal.

Penelitian ini dilakukan atas dasar potensi pajak reklame di Kota Malang yang mempunyai kontribusi besar pada Pendapatan Asli Daerah Kota Malang. Dalam Implementasi Kebijakan Pajak Pajak Reklame di Kota Malang terdapat suatu kenaikan tarif pajak yang meresahkan para pengguna reklame. Sejak 1 April 2008, dengan ditetapkannya Peraturan Walikota No. 4 Tahun 2008 tentang pajak reklame, yang terdapat kesimpang-siuran, yakni kepastian hukumnya.

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan maka fokus penelitian yang telah ditetapkan yakni Perubahan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame, Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame, Kontribusi penerimaan pajak reklame pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Malang.

Dengan adanya pelaksanaan pemungutan pajak daerah khususnya pajak reklame yang pemungutannya dilakukan oleh pemerintah daerah, dalam hal ini Dispenda Kota Malang. Dimana pajak reklame yang merupakan bagian dari pajak daerah ternyata pendapatannya sangat besar untuk pemasukan Pendapatan Asli Daerah, selain itu juga untuk mensukseskan pembangunan yang ada didaerah, yaitu berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang diperbaharui dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah serta Peraturan Pelaksanaannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah. Sedangkan untuk pajak reklame itu sendiri diatur didalam Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Dengan adanya pengertian tentang pelaksanaan pemungutan pajak reklame tentang pelaksanaan pemungutan pajak reklame, pembayaran pajak reklame, penerimaan pajak reklame baik dari pajak reklame tetap maupun reklame tidak tetap, tarif pajak reklame, ketentuan pokok calon pemasangan reklame dan syarat-syarat pengajuan permohonan ijin pemasangan reklame, dimana didalam kewajibannya pemasang reklame atau pemohon harus memperoleh ijin dari Kepala Daerah atau pejabat yang ditunjuk, dimaksudkan untuk mencegah timbulnya salah tafsir dan salah pengertian dalam memahami dan melaksanakan Pasal-Pasal yang bersangkutan sehingga para pihak yang berkaitan dengan Penyelenggaraan Reklame yang diatur dalam Peraturan Daerah ini, dalam melaksanakan hak dan kewajibannya dapat berjalan dengan lancar dan akhirnya dapat dicapai tertib administrasi.

## SUMMARY

Romolo Permadi, 2008, Implementation of data recording policy and Regulation Reklame Tax Taking in Malang city (study on Regent Regulation No. 4 2006 about charging reklame in Malang city), Drs. Trilaksono Nugroho, M.S, Drs. Mochammad Rozikin, MAP, 74 pages.

This research is done base on the potential of reklame tax in Malang city that have big contribution for the real income of Malang city. In implementing reklame tax's policy in Malang city, there is improvement of tax bill that make reklame tax's user be restless. By deciding the Major regulation No. 4. 2008 since April, <sup>st</sup> 2008, there is ambiguity about its law certainty.

Based on the problem that has been formulated 50. He fixed examination focus is the change of system and data recording procedure and reklame tax taking. The implementation of data recording and reklame tax taking. Reklame tax income contribution for the improvement of regional real income of Malang city.

By carrying local tax taking specially reklame tax that is done by local government, in this case distant income department of Malang city. Where reklame tax that is part of local tax's, it gives very big income to local real income, beside that is also to succeed local development program, it bases on the formation of the law no. 18, 1997 about local tax and local retribution that has been renewed by publishing law no. 34 2000 about local taxation and local retribution and implementation regulation. It is government regulation no. 65, 2001 about local taxation. Where as for the reklame tax is regulated in local regulation no. 4, 2006 about reklame arrangement.

By understanding about reklame tax taking, reklame tax payment input of tax reklame both from fixed reklame or non – fixed reklame, reklame tax cost, the major certainty for candidates who will insert reklame and requirement of reklame inserting permit proposal request, where is in it, the person who will insert reklame should get permit from wrong estimation and wrong insight in understanding and carrying about the related accounts so people who has concern with this case will carry their right and obligations well so it can reach order administration.

## KATA PENGANTAR

Syukur kepada Allah, Terima kasih Yesus karena kuasa dan bimbinganMu yang mencerahkan pikiran penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENDATAAN DAN PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DI KOTA MALANG ( Studi Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kota Malang )**.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

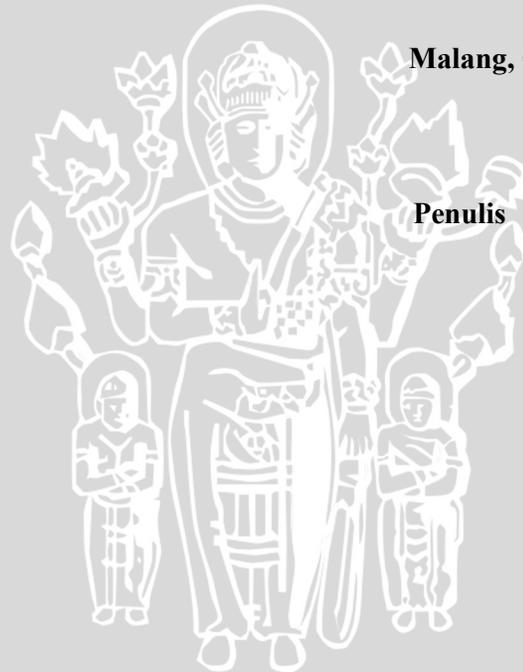
Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Suhadak, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Prof. Drs. Solichin Abdul Wahab, MA. Ph. D, selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Bapak Drs. Trilaksono Nugroho, M.S dan Bapak Drs. Mochamad Rozikin, MAP selaku dosen pembimbing yang telah sabar dan banyak memberi masukan dan dorongan dengan penulis.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah mengajar, mendidik, dan mentransfer ilmunya kepada penulis selama ini.
5. Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang, yang telah memberikan izin penelitian di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang.
6. Kepala Bagian dan Kepala Sub serta Pegawai Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang, yang telah membantu penulis dalam memberi masukan data-data maupun informasi-informasi.
7. Orang-orang yang dengan tulus ikhlas memberikan kasih dan sayangnya hingga membuat penulis merasa tidak sendiri di dunia ini dan juga orang-orang yang memberikan tantangan kepada penulis sehingga penulis bisa bangkit dan lebih kuat dalam segala hal.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu selesainya penulisan skripsi ini dengan baik.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Malang, 02 Agustus 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Kontribusi Penelitian .....	5
E. Sistematika Pembahasan .....	5
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Pajak Reklame .....	7
1. Pengertian Pajak Secara Umum .....	7
2. Fungsi Pajak .....	7
3. Asas-asas Pemungutan Pajak .....	8
4. Pengelompokan Pajak .....	9
5. Sistem Pemungutan Pajak .....	10
6. Syarat Pemungutan Pajak .....	11
7. Pengertian Pajak Daerah Secara Umum .....	12
8. Macam Pajak Daerah .....	13
9. Wewenang Pemerintah Daerah Dalam Pemungutan Pajak .....	13
10. Pengertian Pajak Reklame .....	15
11. Prosedur Pendaftaran dan Wajib Pajak Reklame .....	15
12. Pengelompokan Atas Pengenaan Pajak Reklame .....	18
B. Kebijakan .....	19
C. Kebijakan Publik	
1. Pengertian .....	20
2. Ciri-ciri Kebijakan Publik .....	20
D. Implementasi Kebijakan Publik	
1. Pengertian .....	21
2. Model Implementasi Kebijakan Publik .....	22
3. Implementasi Kebijakan Pajak Reklame .....	25
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	26
B. Fokus Penelitian .....	26
C. Lokasi dan Situs Penelitian .....	27
D. Jenis dan Sumber Data .....	28
E. Teknik Pengumpulan Data .....	28
F. Intrumen Penelitian .....	29
G. Analisa Data .....	29

## BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	
1. Gambaran Umum Kota Malang	
a. Kondisi Geografis .....	31
b. Kondisi Topografi dan Ketinggian Tanah .....	31
c. Kependudukan .....	31
2. Gambaran Umum KantorDinas Pendapatan Kota Malang	
a. Sejarah Singkat .....	35
b. Lokasi Tempat Kedudukan .....	36
c. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	37
d. Aktifitas yang Dilakukan .....	42
e. Personalia .....	43
B. Penyajian Data dan Fokus Penelitian	
1. Perubahan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame	
a. Sistem dan Prosedur Pendataan Pajak Reklame .....	44
b. Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame	
1) Sistem dan Prosedur Penetapan .....	48
2) Sistem dan Prosedur Pemungutan .....	54
c. Perubahan Jenis dan Besarnya Tarif Pajak .....	57
2. Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame	
a. Kegiatan dan Pelaku Kebijakan	
1) Kegiatan .....	63
2) Pelaku .....	63
b. Dukungan Struktur Birokrasi .....	64
c. Komunikasi dan Koordinasi Kegiatan .....	64
3. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Pada Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Malang	
a. Perkembangan Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Malang .....	64
b. Target dan Realisasi Pajak Reklame Di Kota Malang ...	66
c. Kontribusi Pajak Reklame Pada Pendapatan Asli Daerah.	66
C. Analisis Data	
1. Perubahan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame .....	67
2. Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan .....	68
3. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Pada Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Malang .....	69

## BAB V : PENUTUP

A. KESIMPULAN .....	70
B. SARAN .....	71

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1	Jumlah Penduduk Kota Malang Menurut Jenis Kelamin Pada Tahun 2006 ( jiwa )	32
2	Luas Daerah dan Kepadatan Penduduk di Kota Malang Per Km <sup>2</sup> Menurut Kecamatan Pada Tahun 2006	33
3	Garis Kemiskinan dan Prosentase Penduduk Miskin Kota Malang Pada Tahun 2006	34
4	Jumlah Pegawai Dinas Pendapatan Kota Malang Tahun Anggaran 2002 s/d 2006	43
5	Dasar Perhitungan Pajak Reklame Insidentil (Dalam Rupiah)	58
6	Dasar Perhitungan Pajak Reklame Permanen (Dalam Rupiah)	59
7	Dasar Perhitungan Pajak Reklame Insidentil (Dalam Rupiah)	60
8	Dasar Perhitungan Pajak Reklame Permanen (Dalam Rupiah)	61
9	Dasar Perhitungan Pajak Reklame Insidentil (Dalam Rupiah)	62
10	Perkembangan Perijinan Di Kota Malang Desember tahun 2007	65
11	Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Dinas Pendapatan Kota Malang Tahun Anggaran 2002-2006	66

**DAFTAR GAMBAR**

No	Judul	Hal
1	Analisa Data Model Interaktif	30
2	Struktur Organisasi Kantor Dinas Pendapatan Kota Malang	42
3	Sistem dan Prosedur Pendaftaran dan Pendataan Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang	47
4	Sistem dan Prosedur Penetapan Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang	53
5	Sistem dan Prosedur Penerimaan dan Pelaporan Kas Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang	56



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang utama dalam membiayai belanja negara termasuk program pembangunan nasional. Namun pada sisi yang lain pajak juga merupakan alat kebijakan ekonomi Pemerintah dalam rangka mendorong aktivitas masyarakat yang sejalan dengan program pembangunan nasional serta untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat ( Triyani Budianto, 2005 : 1 )

Kontribusi pajak terhadap penerimaan negara diharapkan semakin meningkat dari tahun ke tahun, seiring dengan semakin menurunnya peranan minyak dan gas bumi terhadap penerimaan negara. Harapan ini tumbuh dari kesadaran pemerintah bahwa minyak dan gas bumi mempunyai keterbatasan sebagai sumber daya, yaitu tidak dapat diperbaharui lagi dan harga jual minyak dan gas bumi dipasar dunia berfluktuasi, serta adanya keinginan pemerintah untuk meningkatkan kemandirian bangsa Indonesia dalam membiayai pembangunan dan pemerintahan melalui partisipasi aktif masyarakat berupa pajak ( Diaz Priantara, 2000 : 1 ).

Usaha peningkatan penerimaan negara dalam hal ini Pendapatan Asli Daerah merupakan pendapatan yang secara bebas dapat digunakan oleh masing - masing daerah dalam menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan daerah. Pemerintah daerah tidak bisa terlepas dari penerimaan daerah tersebut dan tugas atau fungsi dari kaitan pemerintah selalu mengalami peningkatan - peningkatan. Untuk itu diusahakan agar dicapai penerimaan yang ideal dan sumber penerimaan ideal adalah sumber penerimaan yang bersifat teratur dan selalu mengalami kenaikan. Yang dimaksud dengan teratur dan selalu mengalami kenaikan adalah sumber penerimaan tersebut paralel dengan kenaikan jumlah dan kebutuhan masyarakat.

Idealnya pembangunan daerah memang harus dibiayai sendiri untuk dapat memenuhi Pendapatan Asli Daerah. Sudah merupakan kenyataan umum bahwa kemampuan daerah amat terbatas sehingga sebagian besar proyek pembangunan justru dibiayai oleh pemerintah pusat.

Untuk melaksanakan peningkatan pembangunan di daerah, pendapatan dan kemampuan keuangan daerah perlu ditingkatkan. Hal ini dapat dilakukan baik melalui usaha pemungutan sumber dana yang ada secara intensif, wajar dan tertib maupun dengan penggalan sumber-sumber keuangan baru yang tidak bertentangan dengan kepentingan nasional sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan adanya otonomi daerah ( berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2005 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintah Daerah mempunyai kewenangan untuk melakukan penataan reklame yang meliputi kebijakan perencanaan, pengaturan, pengawasan, pengendalian dan penertiban ) mendorong adanya kemajuan dibidang ekonomi yang ada didaerah.

Hal ini terbukti dengan adanya pelaksanaan pemungutan pajak daerah khususnya pajak reklame yang pemungutannya dilakukan oleh pemerintah daerah, dalam hal ini Dispenda Kota Malang. Dimana pajak reklame yang merupakan bagian dari pajak daerah ternyata pendapatannya sangat besar untuk pemasukan Pendapatan Asli Daerah, selain itu juga untuk mensukseskan pembangunan yang ada didaerah, yaitu berdasarkan ketentuan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang diperbaharui dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah serta Peraturan Pelaksanaannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah. Sedangkan untuk pajak reklame itu sendiri diatur didalam Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Pada dasarnya pelaksanaan pemungutan pajak reklame sebagai pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Malang memuat tentang pelaksanaan pemungutan pajak reklame, pembayaran pajak reklame, penerimaan pajak reklame baik dari pajak reklame tetap maupun reklame tidak tetap, tarif pajak reklame, ketentuan pokok calon pemasangan reklame dan syarat-syarat pengajuan permohonan ijin pemasangan reklame, dimana didalam kewajibannya pemasang reklame atau pemohon harus memperoleh ijin dari Kepala Daerah atau pejabat yang ditunjuk. Pelanggaran dan sanksi atas pelanggar pajak reklame memuat tentang

pelanggaran-pelanggaran yang terjadi pada pemasangan pajak reklame dan sanksi-sanksi hukum yang dikenakan pada pemasang reklame.

Dengan adanya pengertian tentang istilah tersebut dimaksudkan untuk mencegah timbulnya salah tafsir dan salah pengertian dalam memahami dan melaksanakan Pasal-Pasal yang bersangkutan sehingga para pihak yang berkaitan dengan Penyelenggaraan Reklame yang diatur dalam Peraturan Daerah ini, dalam melaksanakan hak dan kewajibannya dapat berjalan dengan lancar dan akhirnya dapat dicapai tertib administrasi. Pengertian ini diperlukan karena istilah-istilah tersebut mengandung pengertian yang baku dan teknis dalam bidang Penyelenggaraan Reklame.

Kota Malang mempunyai potensi pajak daerah yang besar sebagai penerimaan daerah dari sektor pajak, salah satunya pajak reklame. Namun demikian potensi pajak reklame masih terdapat pelanggaran-pelanggaran dari pemasang reklame maupun permasalahan mengenai tarif pajak.

Adapun isu yang berkembang belakangan ini disaat masyarakat mengalami masa-masa sulit seiring mahalannya harga sembako, Pemkot Malang diam-diam menerapkan kebijakan baru yang mencekik dunia usaha (promosi). Sejak 1 April 2008, dengan ditetapkannya Peraturan Walikota No. 4 Tahun 2008 tentang pajak reklame, masyarakat yang ingin mempromosikan usahanya melalui media reklame terpaksa harus menahan hasratnya. Hal ini dikarenakan tarif pajak reklame untuk media spanduk dan baliho mengalami peningkatan yang tajam yakni antara 300 - 700 persen. Tarif pajak spanduk yang semula hanya Rp. 3.750/meter/minggu kini melonjak menjadi Rp. 12.000/meter/minggu. Sementara untuk pajak baliho dari semula yang hanya Rp 5.250/meter/minggu menjadi Rp 37.500/meter/minggu. (Harian Surya, April 2008)

Dari paparan diatas, peneliti berkeinginan untuk mencermati dan mengkritisi sampai sejauh mana pemerintah melaksanakan kebijakan publik khususnya dalam bidang perpajakan yakni pajak reklame dengan mengambil judul : **IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENDATAAN DAN PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DI KOTA MALANG ( STUDI TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA MALANG )**.

## **B. Perumusan Masalah**

Implementasi kebijakan adalah manifestasi dari keseluruhan proses kebijakan. Kesesuaian antara perumusan dengan implementasi di lapangan merupakan suatu masalah yang tidak bisa ditawar dalam studi kebijakan publik.

Idealnya, setiap kebijakan ditetapkan dalam rangka memenuhi tuntutan dan kebutuhan masyarakat. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, perumusan masalah pada masalah ini antara lain adalah :

1. Bagaimana perubahan sistem dan prosedur pendataan dan pemungutan Pajak Reklame di kota malang ?
2. Bagaimana Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di kota malang ?
3. Apakah kontribusi penerimaan pajak reklame pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menggambarkan perubahan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame.
2. Untuk mengetahui dan menggambarkan Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame.
3. Untuk mengetahui kontribusi penerimaan pajak reklame pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

## **D. Kontribusi Penelitian**

Berdasarkan dengan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini dapat menambah dan memperdalam pengetahuan di bidang Kebijakan Publik, khususnya mengenai Implementasi kebijakan bidang perpajakan.
  - b. Memberikan sumbangan informasi bagi peneliti berikutnya yang berminat untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang masalah yang sama.

## 2. Aspek Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran baik bagi instansi, khususnya bagi instansi yang terkait dengan topik penelitian.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi pembanding bagi penelitian-penelitian yang telah lalu dan sebagai referensi bagi penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang dalam judul atau topik yang sama.

### **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk memperoleh gambaran dan mempermudah pembahasan, maka skripsi ini disajikan dalam lima bab yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya dengan sistematika sebagai berikut :

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dikemukakan latar belakang dari dilakukannya penelitian, perumusan masalah adalah suatu permasalahan yang timbul, tujuan penelitian yang menguraikan hasil apa yang ingin dicapai dalam penelitian, kontribusi penelitian adalah pernyataan tentang kontribusi hasil penelitian, serta sistematika pembahasan berisi uraian singkat dan jelas seluruh rangkaian pembahasan dari bab pertama sampai terakhir.

#### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini membahas teori-teori yang digunakan dan berkaitan dengan permasalahan penelitian, antara lain mengenai konsep dan pengertian restrukturisasi, teori organisasi, tujuan organisasi, faktor-faktor yang mempengaruhi organisasi, kendala organisasi, pengembangan organisasi dan ukuran organisasi pemerintah.

#### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang metode penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data.

#### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan perlakuan data dan menggambarkan masalah yang terjadi dalam tahap analisis untuk kemudian diinterpretasikan dengan teori yang terkait, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

#### **BAB V. PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari semua yang telah diuraikan dan dibahas serta memberikan saran yang relevan dan dianggap perlu.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Pajak Reklame

#### 1. Pengertian Pajak Secara Umum

Definisi atau pengertian pajak menurut Rochmad Soemitro ( 2003 : 1 ) yaitu : “Pajak 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.”

Dari definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa pajak adalah iuran rakyat kepada negara yang oleh negara digunakan untuk membiayai pengeluaran umum pemerintah, yang mana pemerintah tidak secara langsung memberikan balas jasanya kepada wajib pajak dan pelaksanaannya dapat dipaksakan.

#### 2. Fungsi Pajak

Menurut Rochmad Soemitro ( 1988: 108), dimana membagi fungsi pajak menjadi dua bagian yaitu antara lain :

##### a. Fungsi Budgeter

yaitu fungsi yang letaknya di sektor publik dan pajak ini merupakan alat atau sumber untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya kedalam kas negara yang pada waktunya dapat digunakan untuk pengeluaran negara, pajak-pajak terutama untuk pengeluaran rutin sedangkan sisanya surplus yang digunakan untuk membiayai investasi pemerintah.

##### b. Fungsi Regulated

yaitu pajak-pajak dalam hal ini digunakan sebagai suatu alat untuk tujuan terutama yang letaknya diluar bidang keuangan dengan fungsi mengatur ini dilihat di sektor swasta.

#### 3. Asas-asas Pemungutan Pajak

Asas pemungutan pajak terdiri atas:

##### a. Asas Domisili (asas tempat tinggal)

Negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan Wajib Pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri. Asas ini berlaku untuk Wajib Pajak dalam negeri.

##### b. Asas Sumber

Negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal Wajib Pajak.

##### c. Asas kebangsaan

Pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara. Misalnya pajak bangsa asing di Indonesia dikenakan pada setiap orang yang bukan berkebangsaan Indonesia yang bertempat tinggal di Indonesia. Asas ini berlaku untuk Wajib Pajak Luar Negeri (Mardiasmo, 2001: 7)

Menurut Adam Smith dalam *Four cannons of taxation* yang dikutip Diaz Priantara (2000, 3-5), ada 4 asas-asas pemungutan pajak sebagai berikut :

a. *Asas Ability to pay atau equality of sacrifice.*

Bermakna pemungutan pajak harus memenuhi rasa keadilan. Pajak dapat memenuhi rasa keadilan apabila wajib pajak yang mempunyai kemampuan yang lebih besar membayar pajak lebih besar dari pada Wajib Pajak yang mempunyai kemampuan yang lebih kecil dan orang yang mempunyai potensi untuk membayar pajak telah dikukuhkan sebagai Wajib Pajak.

b. *Asas Certainty.*

Bermakna bahwa pemungutan pajak harus ada aturan hukum yang pasti. Pasal 23 ayat (2) Undang-undang dasar 1945 memberikan wewenang kepada pemerintah untuk memungut pajak dari masyarakat, namun tetap harus berdasarkan Undang-undang. Tidak boleh ada pemungutan pajak tanpa undang-undang. Hal ini dapat dipahami karena sesungguhnya masyarakat atau rakyatlah yang memikul beban kegiatan pemerintah dan pembangunan melalui pajak yang dibayarnya. Sesuai dengan asas kedaulatan rakyat dalam kehidupan bernegara, maka rakyatlah yang akan menetapkan atau menyetujui pajak-pajak yang boleh dipungut Pemerintah dari mereka. Persetujuan rakyat tersebut dipresentasikan melalui wakilnya di Dewan Perwakilan Rakyat.

Selain itu, asas kepastian hukum mengandung arti bahwa Wajib Pajak dapat menikmati hak-hak dan pelayanan yang sama dari petugas pajak dan sebaliknya Wajib Pajak yang lalai atau sengaja mengabaikan kewajiban pasti dikenakan sanksi yang sesuai dengan tingkat kesalahannya tanpa diskriminasi. Asas kepastian hukum mengandung maksud disamping kepastian penerapan sanksi hukum yang adil juga mengandung maksud aturan perpajakan, idealnya tidak menimbulkan perbedaan penafsiran atau keragu-raguan diantara para Wajib Pajak maupun antara Wajib Pajak dan Petugas Pajak. Peraturan pemungutan pajak haruslah dilengkapi dengan aturan mengenai sanksi apabila peraturan pemungutan pajak dilanggar, baik oleh Wajib Pajak maupun Petugas Pajak.

c. *Asas Convenience.*

Mengandung arti bahwa pemungutan pajak harus memperhatikan saat-saat dan waktu yang tepat yang memungkinkan Wajib Pajak dengan mudah memenuhi kewajibannya. Oleh karena itu, pembayaran pajak dilakukan dengan cara angsuran atau melalui pemotongan pada saat diterimanya penghasilan. Dalam asas ini ditekankan pula bahwa pelayanan pajak juga harus mudah dan kooperatif sehingga Wajib Pajak merasa senang memenuhi kewajibannya.

d. *Asas Economy*

Bermakna bahwa harus ada efisiensi dalam pemungutan pajak. Biaya yang harus dikeluarkan dalam mengadministrasikan, mengelola, dan memungut pajak harus lebih kecil daripada penerimaan pajak. Demikian pula pengorbanan masyarakat (*Public sacrifice*) yang timbul akibat dari pemungutan pajak harus lebih kecil daripada manfaat yang dapat dirasakan masyarakat dari pajak (*Public benefit*).

Dengan demikian, undang-undang yang mengatur pemungutan pajak harus menerapkan asas-asas pemungutan pajak dimaksud, khususnya asas keadilan dan kepastian hukum. Undang-undang perpajakan dan ketentuan peraturan pelaksanaannya telah memasukkan asas keadilan dan kepastian hukum. Sanksi-sanksi perpajakan, baik yang bersifat administratif maupun pidana, telah dimasukkan dalam Undang-undang No. 6 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 9 Tahun 1994 dan Undang-undang No. 16 Tahun 2000 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

#### 4. Pengelompokan Pajak

##### a. Menurut Golongannya

###### 1) Pajak Langsung

yaitu pajak yang harus dipikul sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh: Pajak Penghasilan

###### 2) Pajak Tidak Langsung

yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain.

Contoh : Pajak Pertambahan Nilai atas Barang dan Jasa Dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah

##### b. Menurut Sifatnya

###### 1) Pajak subyektif

yaitu pajak yang berpangkat atau berdasarkan pada subyeknya, dalam arti memperhatikan diri wajib pajak.

Contoh : Pajak Penghasilan

###### 2) Pajak Obyektif

yaitu pajak yang berpangkal pada obyeknya, tanpa memperhatikan diri wajib pajak.

Contoh : Pajak Pertambahan Nilai atas Barang dan Jasa Dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah

c. Menurut Lembaga Pemungutnya

1) Pajak Pusat

yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara.

Contoh : Pajak Penghasilan, Pajak Bumi dan Bangunan

2) Pajak Daerah

yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah.

Contoh : Pajak Reklame, Pajak Hiburan, Pajak Hotel dan Restoran, Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Penerangan Jalan.

#### 4. Sistem Pemungutan Pajak

a. *Official Assessment System*

suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Ciri-cirinya :

- 1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus.
- 2) Wajib pajak bersifat pasif.
- 3) Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

b. *Self Assessment System*

adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.

Ciri-cirinya :

- 1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri.
- 2) Wajib pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang
- 3) Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi

c. *With Holding System*

adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk besarnya pajak yang terutang.

Ciri-cirinya : Wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan wajib pajak.

## 5. Syarat Pemungutan Pajak

Agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan dan perlawanan, maka pemungutan pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut :

a. Pajak Harus Adil ( Syarat Keadilan)

Sesuai dengan tujuan hukum, yakni mencapai keadilan, undang-undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing - masing. Sedang adil dalam pelaksanaannya yakni dengan memberikan hak bagi wajib pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada Majelis Pertimbangan Pajak.

b. Pemungutan Pajak Harus Berdasarkan Undang-Undang ( Syarat Yuridis)

Di Indonesia, pajak diatur dalam UUD 1945 pasal 23 ayat 2. Hal ini memberikan jaminan hukum untuk menyatakan keadilan, baik bagi negara maupun warganya.

c. Tidak Mengganggu Perekonomian ( Syarat Ekonomis)

Pemungutan tidak boleh mengganggu kelancaran kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian masyarakat.

d. Pemungutan Pajak Harus Efisien ( Syarat Finansial)

Sesuai fungsi budgetair, biaya pemungutan pajak harus dapat ditekan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya.

e. Sistem Pemungutan Pajak Harus Sederhana

Sistem pemungutan yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Syarat ini telah dipenuhi oleh Undang-undang perpajakan yang baru.

Contoh:

- 1) Bea materai disederhanakan dari 167 macam tarif menjadi 2 macam tarif.
- 2) Tarif PPN yang-beragam disederhanakan menjadi hanya satu tarif, yaitu 10%.

## 7. Pengertian Pajak Daerah Secara Umum

Sebelum diuraikan arti pajak daerah terlebih dahulu diuraikan tentang daerah. Oleh karena pajak daerah merupakan kelengkapan dari wewenang daerah dalam pungutannya.

Munurut Irawan Soejito (1984: 15 ) adalah:

“Kata daerah itu dari asalnya mempunyai arti suatu lingkungan yang dilihat badan hukum publik yang dibentuk oleh pemerintah dengan undang-undang maka tiap-tiap daerah berbentuk organisasi pemerintah yang masing – masing merupakan kesatuan tersendiri dengan rumah tangga sendiri disamping organisasi pemerintah negara, dengan memberikan otonomi, pada dasarnya pemerintah mempunyai kebebasan untuk memelihara, dan memajukan kepentingan, khususnya daerah keuangan sendiri.”

Dan dengan undang-undang Nomor 11 Tahun 1997 pasal 1 ayat (1) menyatakan:

“Yang dimaksud dengan daerah adalah daerah yang mengatur dan mengurus ya sendiri.”

Dari batasan dan undang-undang tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan yang dimaksud dengan daerah otonom adalah daerah yang berhak mengurus rumah tangganya sendiri berdasarkan dananya sendiri.

Menurut Mardiasmo ( 1996: 51 ), yaitu:

“Pajak Daerah adalah pajak yang dipungut Daerah berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh Daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga Pemerintah Daerah tersebut”.

Pajak daerah juga tidak dapat dipisahkan dengan unsur-unsur yang terdapat pada daerah itu dalam pungutannya. Unsur-unsur tersebut antara lain:

1. Adanya pungutan yang dilakukan oleh pemerintah daerah kepada masyarakat yang berdomisili di daerah wewenang yang bersangkutan berdasarkan pada peraturan yang berlaku.
2. Pungutan-pungutan terhadap masyarakat haruslah dilakukan secara umum.

3. Dengan adanya peraturan daerah yang dibuat oleh pemerintah daerah tersebut, untuk mendapatkan suatu persyaratan, yang berdasarkan undang-undang maka harus memerlukan dari hukum publik.

#### **8. Macam Pajak Daerah**

Setelah membahas lebih dalam tentang pengertian pajak daerah maka penulis akan menampilkan macam-macam pajak daerah, yaitu :

- a. Pajak Daerah Tingkat I, antara lain :
  - 1) Pajak Kendaraan Bermotor ( PKB)
  - 2) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor ( BBNKB)
  - 3) Pajak Bahan Baku Kendaraan Bermotor PBBKB).
- b. Pajak Daerah Tingkat II, antara lain:
  - 1) Pajak Hotel dan Restorant
  - 2) Pajak Hiburan
  - 3) Pajak Reklame
  - 4) Pajak Penerangan Jalan
  - 5) Pajak Pengembalian dan Pengolahan Bahan Galian golongan C
  - 6) Pajak Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan.

#### **9. Wewenang Pemerintah Daerah di Dalam Pemungutan Pajak**

Disini akan diuraikan sedikit tentang wewenang Pemerintah Daerah di dalam pajak dan yang menjadi wewenang pemerintah tersebut antara lain:

- a. Bahwa hasil pajak yang telah dipungut oleh Pemerintah Pusat dipergunakan untuk pengeluaran-pengeluaran rutin dan pembayaran hutang-hutang luar negeri. Sedang hasil (hasil dari sektor pajak daerah) semata-mata dipergunakan untuk dari pada rumah tangga itu sendiri dalam hubungan kekuasaan otonominya.
- b. Selanjutnya dalam peraturan umum daerah pasal 6 ayat 2 menyebutkan pajak daerah tidak boleh merupakan rintangan bagi keluar masuknya atau pengangkutan barang baik kedalam maupun keluar daerah yang bersangkutan.
- c. Ditinjau dari segi pemungutannya, pajak negara punya lapangan pajak daerah, yang jelas atau luas dibanding dengan lapangan pajak daerah, hal ini dapat dilihat bahwa pajak yang sudah menjadi wewenang pusat negara,

daerah tidak diperkenankan untuk memasukinya, sedang pemerintah pusat dapat mengambil obyek pungutan pajak daerah apabila dipandang oleh pemerintah.

- d. Negara diperbolehkan menerapkan politik ekonomi guna melindungi kegiatan dalam negeri, sehingga kebijaksanaan dapat ditetapkan, hal ini untuk menghindari persaingan dalam negeri, tetapi sebaliknya pajak daerah tidak boleh menggali keluar masuknya barang-barang daerah yang satu ke daerah yang lain.

Untuk membedakan antara pungutan yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Tingkat II dan Daerah Tingkat I adalah: Pajak Daerah Tingkat I dipungut oleh Dinas Pendapatan di Tingkat II, sedang Pajak Daerah Tingkat I dipungut oleh Dinas Pendapatan di Tingkat I. Wilayah pungut dari Pajak Daerah Tingkat II meliputi Kabupaten dan Kotamadya, pungutan dari Pajak Daerah di Tingkat I wilayah-wilayahnya meliputi Propensi.

#### **10. Pengertian Pajak Reklame**

Setelah diuraikan tentang pengertian pajak dan pajak daerah, maka akan diuraikan sedikit tentang pengertian Pajak Reklame sebagai topik utama dalam penelitian ini.

Seperti telah dikemukakan di atas, pengertian Pajak Reklame seperti yang terdapat di dalam Peraturan Daerah Kota Malang No. 4 Tahun 2006 dan dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Tingkat II Malang yang termaktub dalam pasal I yang berbunyi sebagai berikut :

- a. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.
- b. Peruntukan Lokasi Reklame adalah tempat tertentu dimana titik reklame ditempatkan atau ditempelkan.

- c. Titik Reklame adalah tempat dan/atau lokasi di mana bidang reklame didirikan atau ditempelkan.
- d. Pajak Reklame adalah pungutan daerah atas pemasangan reklame.

Dari uraian tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Pajak Reklame adalah merupakan sektor pajak yang dapat dipungut atas pemasangan reklame, yang didapat dari hasil pungutannya semata-mata dipergunakan untuk kepentingan daerah demi kelangsungan pembangunan dan keperluan rumah tangga Pemerintah Daerah.

#### **11. Prosedur Pendataan dan Wajib Pajak Reklame**

Adapun prosedur pengajuan reklame tetap atau permanen terdapat persyaratan Administrari sebagai berikut :

1. Pengisian Formulir
2. Foto copy KTP
3. Gambar rencana reklame disertai dengan gambar titik lokasi
4. Foto copy Ijin Tempat Usaha atau Ijin Gangguan untuk Reklame Tetap yang materi atau temanya menyebutkan perusahaan atau jenis usaha yang berada di Kota Malang
5. Surat Pernyataan tidak keberatan dari pemilik lahan (persil)
6. Untuk pemasangan reklame tetap yang melintang di dalam RUMIJA existing dengan status jalan propinsi atau jalan nasional yang berada di wilayah Kota Malang persyaratan administrasi mengikuti ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
7. Surat pernyataan kesanggupan
8. Surat pernyataan kesanggupan untuk memiliki IMB reklame untuk reklame tetap dengan ukuran diatas 8 m<sup>2</sup> yang tidak menyatu dengan bangunan)
9. Ketentuan pembaharuan/perpanjangan Ijin Reklame yang habis masa berlakunya, yaitu selain ketentuan yang dimaksud pada angka 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 adalah :
  - a. Foto copy IMB reklame tetap rangkap 2 (dua) yang telah dilegalisir oleh Dinas Perijinan atau dengan memperlihatkan aslinya untuk ukuran reklame tetap diatas 8 m<sup>2</sup>, yang dipasang dengan tiang dan/atau tidak menyatu dengan bangunan gedung.

b. Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD).

Adapun waktu Penyelesaian prosedur pengajuan reklame untuk Reklame Tetap dengan ukuran sampai dengan 8 m<sup>2</sup>, waktu penyelesaian ijin adalah 7 (Tujuh) Hari Kerja, dengan alokasi waktu :

- a. 1 (Satu) Hari Kerja diloket Penerimaan/Pemrosesan.
- b. 6 (Enam) Hari Kerja sejak waktu Survey Lapangan oleh Tim sampai Penerbitan Ijin.

Untuk Reklame Tetap dengan ukuran di atas 8 m<sup>2</sup> sampai dengan 12 m<sup>2</sup>, waktu penyelesaian ijin adalah 8 (Delapan) Hari Kerja, dengan alokasi waktu :

- a. 1 (Satu) Hari Kerja diloket Penerimaan/Pemrosesan.
- b. 7 (Tujuh) Hari Kerja sejak waktu Survey Lapangan oleh Tim sampai Penerbitan Ijin.

Untuk Reklame Tetap dengan jenis :

- a. Reklame yang dikerjasamakan pengelolaannya dengan pihak lain
- b. Reklame Bando Jalan
- c. Reklame Display Board
- d. Reklame Jembatan Penyeberangan Orang (JPO)
- e. Reklame di area Taman Kota
- f. Reklame yang dipasang pada pagar pengaman fly over (jalan layang)
- g. Reklame yang dipasang pada tempat yang berurutan yang jumlahnya di atas 10 (sepuluh) buah dengan reklame yang sama
- h. Reklame dengan ukuran diatas 12 m<sup>2</sup> yang tidak menyatu dengan bangunan gedung. Waktu penyelesaian ijin adalah 8 (Delapan) Hari Kerja :
  - 1) 3 ( Tiga) Hari Survey lapangan dan Pembuatan Surat Persetujuan Ke Bapak walikota Malang.
  - 2) 4 (Empat) Hari Kerja sejak terdapat Persetujuan Walikota Malang sampai Penerbitan Ijin.

Masa berlakunya Ijin Reklame Tetap adalah 1 (satu) tahun dan Ijin Mendirikan Bangunan (IMB) untuk Reklame Tetap adalah maksimal 5 tahun dan dievaluasi setiap 2,5 tahun oleh Tim Pertimbangan Ijin untuk kelayakan konstruksinya. Biaya Pajak Ijin Pemasangan berdasarkan pada Perda Nomor 4

Tahun 2006 dan Peraturan Walikota Malang Nomor 4 Tahun 2008, lihat Diagram ini. Tarif pajak Reklame Tetap per m<sup>2</sup> tiap tahun

Setiap pemasangan reklame harus memenuhi standar reklame. Standar reklame sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Kota Malang No. 4 Tahun 2006 pada Pasal 13, meliputi:

- a. Standar etik yaitu isinya tidak mempertentangkan unsur SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan) dan menjaga norma kesopanan
- b. Standar estetis yaitu bentuk dan penampilannya memperhatikan aspek keindahan
- c. Standar teknis yaitu reklame yang dipasang memenuhi ketentuan standar konstruksi
- d. Standar fiskal yaitu reklame yang dipasang telah melunasi seluruh kewajiban perpajakan
- e. Standar administrasi yaitu reklame yang dipasang memenuhi perijinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- f. Standar keselamatan yaitu reklame yang dipasang tidak mengganggu lalu lintas dan tidak membahayakan masyarakat disekitarnya.

Adapun prosedur pendataan dalam pemasangan reklame seperti tertulis pada Peraturan Pemerintah Kota Malang No. 4 Tahun 2006 terdapat ketentuan perijinan, yakni :

- a. Setiap orang atau badan yang bermaksud memasang reklame wajib memiliki ijin dari Walikota atau Pejabat yang ditunjuk.
- b. Ijin tidak dapat dipindah tangankan kepada pihak lain tanpa persetujuan tertulis dari Walikota atau pejabat yang ditunjuk.
- c. Setiap orang atau badan yang sebelumnya telah memiliki ijin dan telah habis masa berlakunya apabila pemasangan reklame akan diteruskan, wajib melakukan perpanjangan ijin sesuai ketentuan yang berlaku.
- d. Setiap orang atau badan yang memasang reklame yang didasarkan pada perjanjian kerjasama untuk perpanjangan ijinnya wajib diadakan pembaharuan perjanjian kerjasama terlebih dahulu.
- e. Tata cara perijinan ditetapkan dengan Peraturan Walikota.

Setiap orang atau badan yang memasang reklame, berkewajiban:

- a. Mempunyai ijin dari Walikota atau pejabat yang ditunjuk
- b. Menggunakan lokasi atau tempat sesuai dengan ijin yang dimiliki dengan batas waktu yang ditentukan dalam ijin
- c. Membongkar sendiri reklame yang dipasang pada saat batas waktu pemasangan berakhir
- d. Memenuhi pembayaran pajak reklame
- e. Menanggung resiko yang terjadi yang diakibatkan dari adanya kejadian yang ditimbulkan dari pemasangan reklame yang bersangkutan
- f. Memperbaiki kembali pada lokasi atau tempat pemasangan atau pembongkaran reklame.

## 12. Pengelompokan Atas Pengenaan Pajak Reklame

Reklame sebagaimana dimaksud pada penjelasan yang telah dikemukakan diatas dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Reklame tetap
  - 1) reklame billboard
  - 2) reklame megatron/videotron/walt
  - 3) reklame neon sign, neon box
  - 4) reklame bando jalan
  - 5) reklame Jembatan Penyeberangan Orang (JPO)
  - 6) reklame bus shelter
  - 7) reklame shop panel
  - 8) mini jumbo/mini billboard
  - 9) reklame letter sign (huruf timbul)
  - 10) reklame primatek
  - 11) reklame display board
  - 12) reklame kendaraan
  - 13) reklame flag chain/gimik
  - 14) reklame rombongan/mini kios
  - 15) reklame bioskop film
  - 16) reklame profesi
- b. Reklame insidental
  - 1) reklame baliho

- 2) reklame spanduk
- 3) reklame umbul-umbul
- 4) reklame poster
- 5) reklame melekat (stiker)
- 6) reklame balon udara
- 7) reklame selebaran/leaflet

## **B. Kebijakan**

Istilah *Policy* (kebijaksanaan) seringkali penggunaannya saling dipertukarkan dengan istilah-istilah lain seperti tujuan (goals), program, keputusan, undang-undang, ketentuan-ketentuan, usulan-usulan, dan rancangan-rancangan besar (Abdul Wahab, 1990:1). Oleh karena itu untuk memperjelas makna dari kebijakan berikut akan dijelaskan berbagai pendapat mengenai pengertian kebijakan.

Kebijakan merupakan pedoman untuk bertindak, yang bisa amat sederhana atau kompleks, yang bersifat umum atau khusus, luas atau sempit, kabur atau jelas, longgar atau terperinci, bersifat kualitatif atau kuantitatif, publik atau privat, sebagaimana dinyatakan Perserikatan Bangsa-Bangsa (Abdul Wahab, 1990:2).

Menurut Harold D. Lasswell dan Abraham Kaplan kebijakan adalah suatu program pencapaian tujuan, nilai-nilai dan praktek yang terarah. Sedangkan menurut Amara Raksataya, kebijakan merupakan suatu taktik dan strategi yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan (Islamy, 1984:17).

James E. Anderson dalam Abdul Wahab merumuskan kebijakan sebagai perilaku dari sejumlah aktor (pejabat, kelompok, instansi pemerintah) atau serangkaian aktor dalam suatu bidang kegiatan tersebut (Abdul Wahab, 1990:2). Carl :. Friedrich, menyatakan kebijakan ialah suatu tindakan yang mengarah pada .-Juan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam lingkungan tertentu sehubungan dengan adanya hambatan-hambatan tertentu seraya mencari peluang-peluang untuk mencapai tujuan atau mewujudkan sasaran yang diinginkan (Abdul Wahab, 1990:3).

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kebijakan merupakan suatu keputusan yang dibuat atas sejumlah alternatif pemecahan masalah dalam rangka memecahkan masalah guna mencapai tujuan bersama.

## C. Kebijakan Publik

### 1. Pengertian

Menurut W. 1. Jenkins kebijakan negara merupakan serangkaian keputusan-keputusan yang sedang terkait berkenaan dengan pemilihan tujuan-tujuan dan caracara untuk mencapainya dalam situasi tertentu (Abdul Wahab, 1990:4).

Menurut Chief J. O. Udoji, definisi kebijakan Negara adalah suatu tindakan bersanksi yang mengarah pada tujuan tertentu yang diarahkan pada suatu masalah atau sekelompok masalah tertentu yang saling berkaitan yang mempengaruhi sebagian besar warga masyarakat (Abdul Wahab, 1990:5).

Dari berbagai pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kebijakan negara / kebijakan publik adalah suatu keputusan yang dibuat oleh orang-orang ataupun lembaga yang berwenang dan mempunyai kedudukan dalam pemerintahan atas sejumlah alternatif pemecahan masalah dalam rangka memecahkan masalah guna mencapai tujuan bersama.

### 2. Ciri-ciri Kebijakan Publik

Ciri-ciri kebijakan publik sebagai mana diungkapkan Abdul Wahab adalah :

Ciri-ciri khusus yang melekat pada kebijakan-kebanyakan negara bersumber pada kenyataan bahwa oleh apa yang David Easton disebut sebagai orang-orang yang memiliki wewenang dalam system politik, yaitu para tetua adat, para ketua suku, para eksekutif para legislator, para hakim, para administrator, para monarki dan lain sebagainya (Abdul Wahab, 1990:5).

Dengan kata lain, kebijakan publik dibuat dan dikembangkan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam system politik. Orang-orang tersebut berhak dan bertanggung jawab dalam mengambil keputusan dan tindakan-tindakan tertentu selama masih dalam batas kewenangan. Faktor tersebut memberikan implikasi-implikasi terhadap konsep kebijakan publik, yaitu :

Pertama kebijakan publik lebih merupakan tindakan yang mengarah pada tujuan daripada sebagai perilaku atau tindakan yang serba acak dan kebetulan. Kedua, kebijakan pada hakekatnya terdiri atas tindakan-tindakan yang saling berkait dan berpola yang mengarah pada tujuan tertentu yang dilakukan oleh pejabat-pejabat pemerintah dan bukan merupakan keputusan-keputusan yang berdiri sendiri. Ketiga, kebijakan bersangkut paut dengan apa yang senyatanya dilakukan pemerintah dalam bidang-bidang tertentu, misalnya dalam mengatur perdagangan, mengendalikan inflasi, atau menggalakkan program perumahan rakyat bagi golongan masyarakat berpenghasilan rendah, dan bukan hanya sekedar apa yang ingin dilakukan pemerintah dalam bidang-bidang tersebut. Keempat,

kebijakan publik mungkin bersifat positif, mungkin pula negatif (Abdul Wahab, 1990:6-7).

#### **D. Implementasi Kebijakan Publik**

##### **1. Pengertian**

Implementasi kebijakan adalah bagian terpenting dari jalannya proses kebijakan publik. Kebijakan yang telah disusun dengan sangat bagus pada formulasi tidak akan ada artinya tanpa ada proses implementasi.

Proses implementasi kebijakan sesungguhnya tidak hanya menyangkut badanbadan administratif yang bertanggung jawab untuk melaksanakan program dan menimbulkan ketaatan pada diri kelompok sasaran, melainkan pula menyangkut jaringan kekuatan-kekuatan politik, ekonomi dan sosial yang langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku dari semua pihak yang terlibat, dan pada akhirnya berpengaruh kepada dampak baik yang diharapkan (intended) maupun yang tidak diharapkan (spillover / negative effect) (Abdul Wahab, 1990:65).

##### **2. Model Implementasi Kebijakan Publik**

Banyak sekali model yang dikembangkan dalam studi implementasi kebijakan publik. Pilihan penggunaan model pada proses implementasi kebijakan publik sangat bergantung pada tingkat kompleksitas kebijakan publik yang akan dianalisa.

Sebagai pedoman awal, ada baiknya diingat bahwa semakin kompleks permasalahan kebijakan yang dibahas dan semakin mendalam analisis yang dilakukan, semakin diperlukan teori atau model yang relatif operasional --model yang mampu menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel yang menjadi fokus analisa (Abdul Wahab, 1990:70).

Ada beberapa model yang dapat dijadikan landasan, yaitu :

##### **a. Model yang dikembangkan oleh Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gunn (Abdul Wahab, 2001: 71-78)**

Untuk dapat mengimplementasikan kebijakan publik dengan sempurna diperlukan beberapa syarat-syarat tertentu, yaitu :

- 1) Kondisi eksternal yang dihadapi oleh badan / instansi pelaksana tidak akan menimbulkan gangguan / kendala serius.
- 2) Untuk melaksanakan program, tersedia waktu dan sumber-sumber

yang cukup memadai.

- 3) Perpaduan sumber-sumber yang diperlukan benar-benar tersedia.
- 4) Kebijakan yang akan diimplementasikan didasari oleh suatu hubungan kausalitas yang handal.
- 5) Hubungan kausalitas bersifat langsung dan hanya sedikit mata rantai penghubungnya.
- 6) Hubungan saling ketergantungan harus kecil.
- 7) Pemahaman yang mendalam dan kesepakatan terhadap tujuan.
- 8) Tugas-tugas terperinci dan ditempatkan dalam urutan yang tepat.
- 9) Komunikasi dan koordinasi yang sempurna.
- 10) Pihak-pihak yang mempunyai wewenang kekuasaan dapat menuntut dan mendapat kepatuhan yang sempurna.

**b. Model yang dikembangkan oleh Van Meter dan Van Horn yang disebut sebagai model proses implementasi kebijakan (Abdul Wahab, 1990;78-79).**

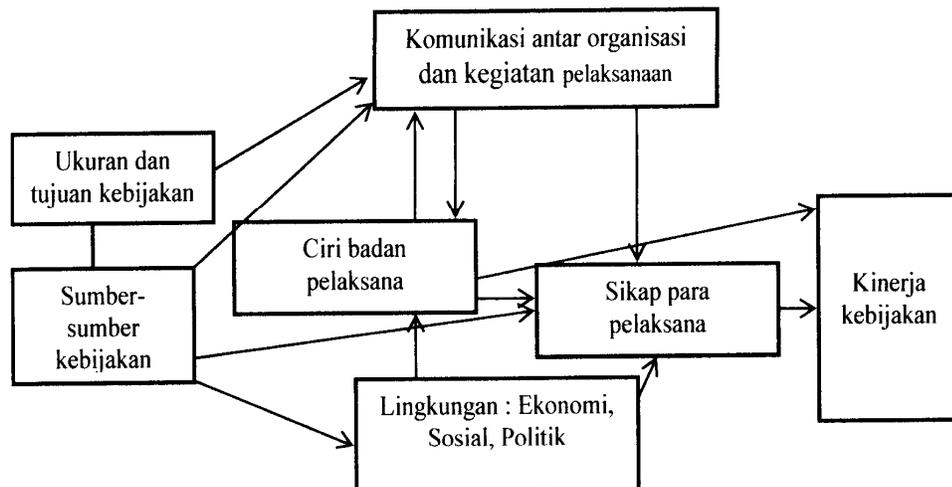
Model ini mencoba menjembatani jarak isu kebijakan dengan implementasi dan model konseptual yang menyatukan kebijakan dengan kinerja kebijakan. Perubahan, kontrol dan kepatuhan bertindak merupakan aktor penting dalam implementasi kebijakan. Atas dasar pandangan seperti ini, Van Meter dan Van Horn berusaha untuk membuat tipologi kebijakan menurut :

- 1) Jumlah masing-masing perubahan yang akan dihasilkan dan,
- 2) Jangkauan atau lingkup kesepakatan terhadap tujuan di antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses implementasi.

Dengan kata lain, implementasi suatu kebijakan akan berhasil jika memenuhi dua syarat di atas. Jika perubahan yang ingin ditimbulkan sebagai dampak diimplementasikannya suatu kebijakan semakin banyak, kemungkinan untuk bisa mencapai perubahan itu sangat sedikit. Namun, jika perubahan yang ingin ditimbulkan sebagai dampak diimplementasikannya suatu kebijakan semakin sedikit, kemungkinan untuk mencapai perubahan itu semakin besar. Semakin sedikit perubahan yang ingin ditimbulkan, semakin besar kemungkinan untuk bisa rncapainya, dengan kata lain implementasi kebijakan tersebut akan semakin besar memperoleh keberhasilan.

Kajian model ini memusatkan perhatian pada sikap implementator/pelaku kebijakan di lapangan. Oleh karena itu, keberhasilan implementasi suatu kebijakan menurut van Meter dan Van Horn tidak semata-mata bergantung/ditentukan dengan perubahan yang ingin dicapai.

Keberhasilan implementasi suatu kebijakan juga ditentukan oleh sikap para pelaku/implementor. Adanya peraturan dan ketentuan yang jelas dan dipatuhi oleh segenap implementator juga merupakan hal yang bisa menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan. Dengan kata lain, menurut model ini implementasi suatu kebijakan dikatakan berhasil jika perubahan yang dicapai sesuai dengan yang diinginkan dan hal ini didukung ketaatan para pelakunya dalam menjalankan ketentuan dan peraturan yang ditetapkan.



Sumber : Abdul Wahab, 1990:80

**Gambar 1**

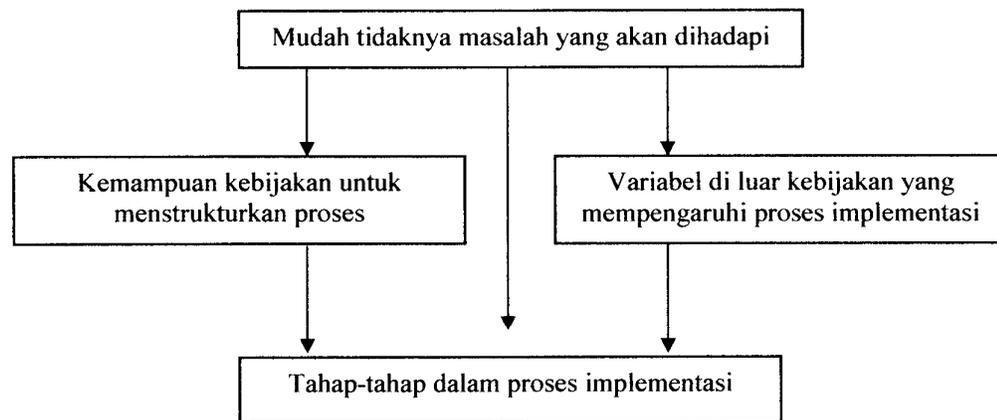
**Model Proses Implementasi Kebijakan D. S. Van Meter dan Van Horn**

- c. **Model yang dikembangkan oleh Daniel Mazmanian dan Paul A. Sabatier yang disebut sebagai kerangka analisis implementasi (Abdul Wahab, 2001 : 81)**

Peran penting analisis implementasi kebijakan ialah mengidentifikasi variabel-variabel yang memberikan pengaruh terhadap usaha pencapaian tujuan. Variabel-variabel ini adalah variabel bebas sedangkan tahap-tahap implementasi yang dilalui disebut variabel tergantung. Variabel bebas tersebut

dikasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu :

- 1) Mudah tidaknya masalah yang akan dihadapi.
- 2) Kemampuan kebijakan untuk menstrukturkan kebijakan secara tepat dalam proses implementasi.
- 3) Pengaruh langsung terhadap keseimbangan dukungan bagi tujuan yang termuat dalam keputusan kebijakan tersebut.



Sumber : Abdul Wahab, 1990:82

**Gambar 2**

**Variabel-variabel Proses Implementasi Kebijakan**

Sebagai variabel tergantung, tahapan-tahapan dalam proses implementasi kebijakan sangat berpengaruh terhadap proses implementasi secara keseluruhan. Proses implementasi kebijakan haruslah ditinjau menurut tahapan-tahapan sebagai berikut :

- c. Output-output kebijakan dari badan-badan pelaksana. Output kebijakan ini berupa perubahan aturan atau ketentuan untuk membatasi dan *me-rigid-kan* tindakan-tindakan yang akan dilakukan oleh badan-badan pelaksana agar sejalan dengan maksud dan tujuan.
- d. Kepatuhan kelompok sasaran terhadap keputusan tersebut. Pembuat kebijakan telah mempunyai otoritas untuk memutuskan suatu kebijakan sehingga sifat kebijakan publik mengikat kepada seluruh warga negara. Untuk menjaga berjalannya proses kebijakan, maka diperlakukan sanksi bagi pelanggar.
- e. Dampak nyata keputusan-keputusan badan-badan pelaksana. Titik perhatian tahapan ini adalah mengusahakan agar dampak yang timbul dari suatu kebijakan tetap selaras dengan tujuan yang ingin dicapai. Faktor-faktor yang dapat mengakibatkan ketidakselarasan adalah perubahan kondisi sosial, ekonomi dan teknologi, sedangkan faktor lainnya adalah kekuatan

- politik yang tidak sama antara pusat dan di daerah.
- f. Persepsi terhadap dampak keputusan-keputusan tersebut. Persepsi seseorang mengenai dampak kebijakan tertentu dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dipegangnya, sehingga keputusan yang dihasilkan pada pelaksanaan di lapangan sering kali menimbulkan perubahan-perubahan tertentu.
  - g. Perbaikan (revisi) mendasar dalam Undang-undang. Dengan adanya persepsi yang berlainan, diperlukan reformulasi undang-undang. Karena waktu proses formulasi undang-undang adalah titik awal analisis implementasi, maka reformulasi adalah titik kulminasinya (walaupun mungkin berlangsung berulang kali) (Abdul Wahab, 2001:102-108).

### 3. Implementasi Kebijakan Pajak Reklame

Implementasi kebijakan pajak reklame adalah bagian terpenting dari jalannya proses kebijakan pajak reklame. Kebijakan pajak reklame yang telah disusun dengan sangat bagus pada formulasi tidak akan ada artinya tanpa ada proses implementasi kebijakan pajak reklame. Dalam hal ini, adapun sistem pendataan dan pemungutan pajak reklame serta tarif pajak reklame tidak akan ada artinya tanpa ada proses implementasi kebijakan pajak reklame.

Proses implementasi kebijakan sesungguhnya tidak hanya menyangkut badan-badan administratif yang bertanggung jawab untuk melaksanakan program dan menimbulkan ketaatan pada diri kelompok sasaran, melainkan pula menyangkut jaringan kekuatan-kekuatan politik, ekonomi dan sosial yang langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi perilaku dari semua pihak yang terlibat, dan pada akhirnya berpengaruh kepada dampak baik yang diharapkan (intended) maupun yang tidak diharapkan (spillover / negative effect) (Abdul Wahab, 1990:65).

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Suatu penelitian harus menggunakan metode yang sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti agar data yang diperoleh relevan dengan permasalahan yang ada. Dalam penulisan ini metode yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif ditetapkan untuk menggambarkan keadaan-keadaan nyata dari suatu fenomena sosial tertentu secara terperinci. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sanapiah Faisal (1999:20) mengenai penelitian deskriptif yaitu : "suatu pendekatan yang berupaya untuk mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya sehingga hanya akan mengungkapkan fakta-fakta serta tidak menggunakan dan tidak melakukan pengujian hipotesa".

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menurut moleong (2000:4-8), pendekatan ini harus memperhatikan ciri-ciri sebagai berikut :

1. Latar alamiah
2. Manusia sebagai alat (instrument)
3. Metode kualitatif
4. Analisa data secara induktif
5. Teori dari dasar
6. Deskriptif
7. Lebih mementingkan proses dari pada hasil
8. Adanya batas yang ditentukan oleh fokus
9. Adanya kriteria khusus untuk keabsahan data
10. Desain yang bersifat sementara
11. Hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama.

### B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah penetapan hal-hal atau masalah yang menjadi pusat perhatian penelitian. Fokus penelitian dalam sebuah penelitian kualitatif menurut moloeng (2000:237) berfungsi untuk :

1. Membatasi studi atau dengan kata lain fokus penelitian dapat membatasi bidang-bidang inquiri (masukan), misalnya jika peneliti membatasi diri dalam

upaya menemukan teori-teori dasar, maka lapangan penelitian lainnya tidak dimanfaatkan lagi.

2. Memenuhi kriteria inquiri-eksksu (masukan dan pengeluaran) suatu informasi yang diperoleh dilapangan. Dengan adanya fokus penelitian seorang peneliti dapat mengetahui data mana yang perlu diambil dari data-data yang sedang dikumpulkan.

Fokus penelitian berarti pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui gambaran-gambaran apa yang akan diungkapkan di lapangan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya fokus penelitian akan dapat memudahkan peneliti dalam mengambil data serta mengolahnya hingga menjadi sebuah kesimpulan.berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan maka fokus penelitian yang telah ditetapkan adalah :

1. Perubahan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame
  - a. Sistem dan Prosedur Pendataan Pajak Reklame
  - b. Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame
  - c. Perubahan Jenis dan Besarnya Tarif Pajak Reklame
2. Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame
  - a. Kegiatan dan Pelaku Kebijakan
  - b. Dukungan Struktur Birokrasi
  - c. Komunikasi dan Koordinasi Kegiatan
3. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Pada Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Malang
  - a. Perkembangan Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Malang
  - b. Target dan Realisasi Pajak Reklame Di Kota Malang
  - c. Kontribusi Pajak Reklame Pada Pendapatan Asli Daerah.

### **C. Lokasi dan Situs Penelitian**

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan yang dikemukakan oleh Strauss dan Irfan Islamy (1993 : 50-51) yang menyatakan bahwa penentuan lokasi penelitian harus sesuai dengan substansi penelitian, mampu menyediakan *entry* baik berupa orang, proses program, struktur interaksi dan sebagainya, yang sesuai dengan kebutuhan deskripsi yang mendalam dan juga dapat menerima peneliti untuk jangka waktu yang cukup lama.

Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang merupakan institusi yang bersangkutan langsung dengan masalah yang coba diteliti oleh peneliti, selain itu dari segi akses data Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang dianggap peneliti mampu memberikan data yang dibutuhkan.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data utama menurut Moloeng (2000:112) dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Dengan demikian sumber data tersebut dapat berupa informan dan didukung dengan dokumen yang berupa data tertulis.

Adapun jenis data yang diperoleh dapat digolongkan menjadi :

1. Data Primer. Dalam penelitian ini, yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh dengan wawancara secara langsung dengan pihak terkait yaitu, kepala sub dinas pendaftaran dan pendataan, kepala bagian tata usaha, sub bagian umum, kepala sub dinas perencanaan dan pengendalian operasional.
2. Data Sekunder. Data sekunder adalah catatan tentang adanya suatu peristiwa, ataupun catatan-catatan yang "jaraknya" telah jauh dari sumber orisinil. Data sekunder dapat berupa peraturan perundang-undangan, dokumen-dokumen, media masa, makalah, buku-buku dan data pendukung penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian. Dalam penelitian ini yang termasuk data sekunder adalah : Profil Kota Malang, Profil Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang. Dokumen yang lain digunakan peneliti antara lain peraturan yang berhubungan dengan Implementasi Kebijakan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu :

1. Pengamatan (observasi). Pengamatan dilakukan secara langsung oleh peneliti di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang, situasi dan kondisi kantor maupun Implementasi Kebijakan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang.
2. Wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan informan untuk mendapatkan data (informan) tentang obyek penelitian. Dalam hal ini peneliti

melakukan tanya jawab dengan Kepala Dinas dan staf di Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang.

3. Dokumentasi. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen suatu data. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini berupa bahan profil Kota Malang, profil Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang dan peraturan yang berhubungan dengan Implementasi Kebijakan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif, Moloeng (2000 : 4) mengemukakan bahwa "instrumen penelitian atau alat pengumpul data adalah peneliti sendiri".

Jadi dalam penelitian ini instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, sedangkan instrumen penunjangnya adalah :

1. Pedoman Wawancara (*interview guide*), adalah serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang hendak diajukan pada pihak-pihak sumber data dalam penelitian.
2. Catatan Lapangan (*field notes*), dipergunakan untuk mencatat apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan dalam rangka pengumpulan data di lapangan.

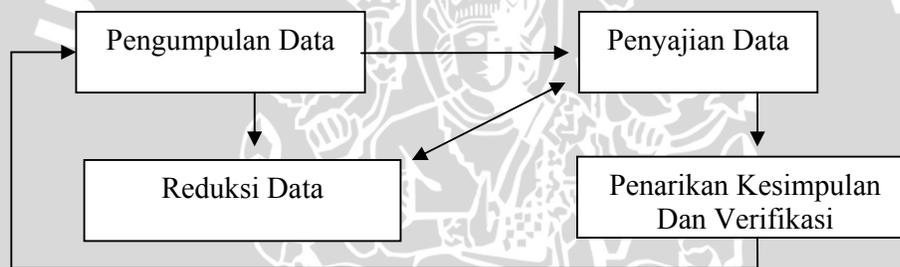
#### **G. Analisis Data**

Data yang telah diperoleh kemudian akan diolah dengan menggunakan metode analisis yang sesuai dengan tujuan untuk meringkas atau menyederhanakan data agar lebih dapat diinterpretasikan, sehingga masalah dapat dipecahkan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data yang melalui tiga prosedur yaitu :

1. Reduksi Data. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
2. Penyajian Data. Dimaksudkan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penerikan kesimpulan dan pengambilan

tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian maka kita dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data penelitian. Sehingga dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan.

3. Verifikasi Data (penarikan kesimpulan). Verifikasi merupakan kegiatan pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisis selama peneliti mencatat, atau suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan atau peninjauan kembali serta tukar pikiran diantara teman sejawat untuk mengembangkan "kesempatan intersubjektif", dengan kata lain makna yang muncul dari data harus teruji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya (validitasnya).



Sumber : Miles dan Huberman, 1992 : 20

**Gambar 1**  
**Analisa Data Model Interaktif**

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. GAMBARAN UMUM

#### 1. Gambaran Umum Kota Malang

##### a. Kondisi Geografis

Kota Malang sebagai kota besar di Jawa Timur merupakan kota yang berada di bagian tengah Propinsi Jawa Timur berada pada bagian  $112^{\circ}34'13''$  -  $112^{\circ}41'39''$  Bujur Timur dan  $7^{\circ}54'40''$  -  $8^{\circ}3'5''$  Lintang Utara. Terdiri dari 5 kecamatan dengan 57 kelurahan, dengan luas wilayah Kota Malang 110.056,6  $\text{Km}^2$  ( 11.005,66 Ha ). Adapun batas-batas wilayah Kota Malang adalah :

Sebelah Utara : Kecamatan Karang Ploso dan Singosari Kabupaten Malang

Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Tumpang Kabupaten Malang

Sebelah Selatan : Kecamatan Tajinan dan Pakisaji Kabupaten Malang

Sebelah Barat : Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang

##### b. Kondisi Topografi dan Ketinggian Tanah

Secara keseluruhan, Kota Malang memiliki daratan rata-rata lebih tinggi dari wilayah lainnya di propinsi Jawa Timur. Kota Malang berada di ketinggian 450 hingga 650 meter diatas permukaan laut ( dpl ). Dengan tingkat ketinggian tersebut Kota Malang juga memiliki tingkat kemiringan lahan yang cukup beragam dari  $3^{\circ}$  hingga  $15^{\circ}$  dengan wilayah kemiringan di bagian Utara, Tengah dan Selatan Kota, rata-rata memiliki lahan sebesar  $3^{\circ}$  hingga  $5^{\circ}$  pada bagian Timur dan Barat memiliki tingkat kemiringan  $3^{\circ}$  hingga  $15^{\circ}$ .

##### c. Kependudukan

Jumlah penduduk Kota Malang menurut hasil registrasi penduduk selama dua tahun terakhir mengalami peningkatan. Pada akhir tahun 2004, jumlah penduduk Kota Malang sebanyak 752.137 jiwa kemudian pada tahun 2005 dan 2006 naik menjadi 763.515 jiwa dan 772.618 jiwa. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penduduk Kota Malang pada tahun 2006 dilihat dari jenis kelamin dapat dilihat pada table 1.

**Table 1**  
**Jumlah Penduduk Kota Malang Menurut Jenis Kelamin**  
**Pada Tahun 2006 ( jiwa )**

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Blimbing	83.465	83.131	166.596
2	Kedungkandang	75.765	76.627	152.392
3	Klojen	58.662	61.189	119.851
4	Lowokwaru	82.691	78.335	161.026
5	Sukun	86.942	85.811	172.753
<b>2004</b>		<b>387.525</b>	<b>385.093</b>	<b>772.618</b>
<b>2003</b>		<b>382.886</b>	<b>380.629</b>	<b>763.515</b>

Sumber : Dokumen Registrasi Penduduk Kota Malang Akhir Tahun 2004 – 2006.

Dari table di atas dapat diketahui bahwa kecamatan yang jumlah penduduknya terbanyak adalah Kecamatan Sukun yaitu sebesar 172.753 jiwa dengan luas wilayah sebesar 20,97 km<sup>2</sup>. akan tetapi bila kepadatan penduduknya, kecamatan yang terpadat adalah Kecamatan Klojen yaitu 13.753 jiwa/km<sup>2</sup>, kemudian berturut-turut Kecamatan Blimbing, Sukun, Lowokwaru, dan Kedungkandang.

Untuk lebih jelasnya mengenai tingkat kepadatan penduduk di Kota Malang dapat dilihat pada table 2.

**Tabel 2**  
**Luas Daerah dan Kepadatan Penduduk di Kota Malang Per Km<sup>2</sup>**  
**Menurut Kecamatan Pada Tahun 2006**

No	Kecamatan	Luas ( Km <sup>2</sup> )	Jumlah Penduduk ( jiwa )	Kepadatan ( jiwa/ Km <sup>2</sup> )
1.	Blimbing	17,77	166.596	9.375
2.	Kedungkandang	39,89	152.392	3.820
3.	Klojen	8,83	119.851	13.573
4.	Lowokwaru	22,60	161.026	7.125
5.	Sukun	20,97	172.753	8.238
<b>Jumlah</b>		<b>110,06</b>	<b>772.618</b>	<b>7.020</b>

Sumber : Dokumen Registrasi Penduduk Kota Malang Akhir tahun 2004 – 2006

Dari table di atas dapat diketahui bahwa persebaran jumlah penduduk di kota Malang pada umumnya tidak merata. Seperti halnya di kota-kota lainnya yang tingkat kepadatan penduduk terbesar berada di pusat kota, yaitu Kecamatan Klojen. Jumlah kepadatan penduduk inilah yang nantinya akan menentukan persebaran pembangunan perumahan dan permukiman serta fasilitas dan utilitas kota lainnya di Kota Malang.

Kepadatan penduduk di Kota Malang tersebut dipengaruhi oleh persebaran fasilitas kota. Sebagaimana kita ketahui bahwa kepadatan penduduk yang paling tinggi adalah di Kecamatan Klojen yaitu sebagai pusat kota, dimana pada kecamatan tersebut ketersediaan akan fasilitas pelayanan kota sangat lengkap.

Selanjutnya berdasarkan Registrasi Penduduk Akhir tahun 2004 – 2006, jumlah penduduk yang datang/masuk ke Kota Malang pada tahun 2006 sebesar 22.415 jiwa, sedangkan jumlah penduduk yang pindah/keluar sebesar 18.305 jiwa. Berdasarkan pengurangan penduduk yang datang/masuk dengan penduduk yang pindah/keluar maka *Net Migrasi* (perpindahan penduduk bersih) mencapai 4110 jiwa. Dengan jumlah penduduk yang datang lebih besar dibandingkan yang keluar maka tingkat kepadatan penduduk di Kota Malang semakin tinggi sehingga menyebabkan kebutuhan terhadap perumahan dan permukiman semakin meningkat.

Dengan adanya kecenderungan penduduk untuk bermukim di wilayah pusat kota (Kecamatan Klojen) yang mempunyai kelengkapan fasilitas pelayanan dapat menunjukkan bahwa pola pembangunan di Kota Malang tidak merata. Kondisi ini menyebabkan ketimpangan kemajuan pembangunan di Kota Malang yang kemudian berimbas pada meningkatnya jumlah penduduk miskin. Dimana jumlah penduduk miskin yang ada di Kota Malang pada tahun 2006 sebesar 72.120 jiwa, dengan jumlah penduduk terbanyak berada di Kecamatan Kedungkandang yaitu sejumlah 21.125 jiwa, sedangkan jumlah kecamatan yang mempunyai penduduk miskin paling sedikit adalah di Kecamatan Klojen yang berjumlah 10.130 jiwa. Hal ini disebabkan tingkat pembangunan tertinggi berada di Kecamatan Klojen sebagai pusat kota sehingga mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak yang dapat meningkatkan kesejahteraan penduduknya. Untuk lebih jelas mengenai jumlah penduduk dan tingkat kemiskinannya di Kota Malang dapat dilihat pada table 3.

**Table 3**  
**Garis Kemiskinan dan Prosentase Penduduk Miskin**  
**Kota Malang Pada Tahun 2006**

No	Kecamatan	Garis kemiskinan (Rp)	Jumlah Penduduk Miskin ( jiwa )	Prosentase penduduk Miskin (%)
1.	Blimbing	130.573/kpt/bln	12.023	7,58
2.	Kedungkandang	130.573/kpt/bln	21.125	14,06
3.	Klojen	130.573/kpt/bln	10.130	8,62
4.	Lowokwaru	130.573/kpt/bln	11.913	7,07
5.	Sukun	130.573/kpt/bln	16.929	10,04
<b>Jumlah</b>			<b>72.120</b>	<b>9,53</b>

Sumber : Dokumen Susenas BPS Kota Malang Tahun 2006

Berdasar Table di atas, jumlah penduduk terbanyak berada di Kecamatan Kedungkandang yaitu sejumlah 21.125 jiwa, sedangkan jumlah kecamatan yang mempunyai penduduk miskin paling sedikit adalah di Kecamatan Klojen yang berjumlah 10.130 jiwa. Hal ini disebabkan tingkat pembangunan tertinggi berada

di Kecamatan Klojen sebagai pusat kota sehingga mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak yang dapat meningkatkan kesejahteraan penduduknya.

## **2. Gambaran Umum Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang**

### **a. Sejarah Singkat**

Pada dasarnya pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur, merata material dan spirituil melalui peningkatan taraf hidup masyarakat, kecerdasan dan kesejahteraan rakyat. Demikian pula halnya dengan pembangunan daerah yang berorientasi pada peningkatan dan percepatan pembangunan disegala bidang untuk kepentingan seluruh masyarakat. Diantara berbagai jenis penerimaan daerah yang menjadi sumber dana, sepenuhnya dikelola oleh Daerah Tingkat II adalah “Pendapatan Asli Daerah (PAD).” Oleh sebab itu upaya pengembangan dan peningkatan sumber-sumber PAD perlu mendapatkan perhatian yang serius dari Pemerintah Daerah, dengan maksud agar daerah tidak selamanya menggantungkan harapan pada Pemerintah Tingkat Atas, tapi harus mampu berusaha mandiri sesuai cita-cita, Otonomi Daerah yang nyata, bertanggung jawab.

Kemampuan daerah untuk mengatur rumah tangga daerahnya sangat dipengaruhi oleh tersedianya biaya, sebab tanpa adanya biaya maka daerah tidak akan mungkin dapat melaksanakan pembangunan dan pemerintah secara berdaya guna dan berhasil guna.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2005 tentang Pemerintahan Daerah, Pemerintah Daerah mempunyai kewenangan untuk melakukan penataan reklame yang meliputi kebijakan perencanaan, pengaturan, pengawasan, pengendalian dan penertiban ) mendorong adanya kemajuan dibidang ekonomi yang ada didaerah.

Salah satu dinas daerah itu adalah Dinas Pendapatan yang dibentuk berdasarkan UU No. 16 Tahun 1950 tentang Pembentukan Dinas Pendapatan tanggal 1 Januari 1970. Adapun Dasar Hukum Dinas Pendapatan Daerah yakni Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang. Serta Keputusan Walikota Malang Nomor 346 Tahun

2004 tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan Kota Malang.

Mengenai pembentukan susunan organisasi Dinas Pendapatan telah ditetapkan sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan oleh Menteri Dalam Negeri. Sesuai dengan surat Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2003 tentang Pedoman Operasional Penyidik Pegawai Negeri Sipil Daerah Dalam Penegakan Peraturan Daerah, maka ditetapkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang.

Dalam pemerintahan daerah, salah satu indikator penting adalah masalah pengurusan keuangan, karena keuangan merupakan faktor yang penting dalam mengukur tingkat kemampuan daerah dalam melaksanakan pembangunan yang dibiayai oleh APBD, sesuai dengan otonomi yang diberikan.

Dilandasi atas kebutuhan pemerintah dan sebagai syarat yang harus dipenuhi oleh daerah otonom yang mengurus rumah tangganya sendiri, maka Pemerintah Daerah Kota Malang membentuk Dinas Pendapatan. Selama perkembangannya dari periode I ( tahun 1970 ) sampai dengan periode VII ( tahun. 2000 ). Dinas Pendapatan Kota Malang telah mengalami berbagai penyempurnaan, baik itu mengenai Susunan dan Tata Kerja Organisasinya, maupun profesionalisme dan perkembangan sumber daya yang ada.

#### **b. Lokasi Tempat Kedudukan**

Lokasi dari suatu kantor dinas sangat penting dalam menunjang kelancaran dari setiap aktifitasnya. Lokasi suatu kantor dinas yang strategis akan berpengaruh langsung terhadap tujuan dari kantor dinas yang bersangkutan. Adapun lokasi Kantor Dinas Pendapatan Kota Malang berada di Jalan Kertanegara No. 07 Malang, Telp. 0341 ) 327692. Lokasi tersebut berada di depan Stasiun Kereta Api Kota Baru Malang, dan juga dilewati oleh beberapa jalur angkutan umum Kota Malang, maka hal ini akan mempermudah koordinasi dan hubungan antar daerah yang letaknya berjauhan dan mengitari Kota Malang, juga akan mudah melakukan pengawasan.

Melihat kenyataan lokasi kerja dari Dinas Pendapatan Kota Malang memang sangat strategis, dimana setiap komunikasi baik teknis pengumpulan hasil

pengumpulan retribusi dapat dimonitor secara langsung dan apabila terjadi hambatan dan pelaksanaan pemungutan retribusi dapat segera ditangani secara intensif.

### c. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Berdasarkan Keputusan Walikota Malang Nomor 346 Tahun 2004 tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan Kota Malang, uraian tugas di Kantor Dinas Pendapatan, sebagai berikut:

#### 1) Kepala Dinas Pendapatan, mempunyai tugas :

Memimpin dan melakukan koordinasi, pengawasan, pengendalian, pelaksanaan pengelolaan pendapatan kota, pengelolaan administrasi, pendataan dan penyuluhan kepada unit - unit kerja.

#### 2) Kepala Bagian Tata Usaha, mempunyai tugas:

Melakukan penyusunan perencanaan dan program, kegiatan tata usaha Umum, kepegawaian, keuangan dan perlengkapan. Bagian Tata Usaha dibagi menjadi :

##### a) Kepala Sub Bagian Penyusunan Program, mempunyai tugas:

- i. Melaksanakan pengumpulan bahan dalam rangka penyusunan program dan kegiatan pelayanan Pendapatan kota.
- j. Merumuskan dan melaksanakan penyusunan program.
- k. Mengkoordinasi pelaksanaan penyusunan program.

##### b) Kepala Sub Bagian Keuangan, mempunyai tugas:

1. Menghimpun data dan menyusun anggaran rutin dan anggaran pembangunan.
2. Melakukan pengelolaan tata usaha keuangan anggaran rutin dan anggaran pembangunan.
3. Menyusun laporan pertanggungjawaban pengelolaan keuangan.

##### c) Kepala Sub Bagian Umum, mempunyai tugas:

1. Melakukan pengelolaan surat menyurat, pengetikan, penggandaan, dan tata usaha kearsipan.
2. Menyusun rencana kebutuhan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan Tata Usaha serta pengelolaan, pemeliharaan, perawatan peralatan dan perlengkapan kantor.

3. Mengurus administrasi perjalanan dinas, tugas keprotokolan dan kehumasan.

**3) Kepala Sub Dinas Pendaftaran dan Pendataan**, mempunyai tugas:

Melaksanakan kegiatan pendaftaran dan pendataan wajib pajak daerah, Retribusi Daerah dan membantu melakukan pendataan obyek dan subyek Pajak Bumi dan Bangunan. Dalam melaksanakan tugasnya Kepala Sub Dinas Pendaftaran dan Pendataan membawahi beberapa seksi, yaitu :

**a) Kepala Seksi Pendaftaran**, mempunyai tugas

1. Mendistribusi dan menerima kembali formulir pendaftaran yang telah diisi oleh Wajib Pajak dan Retribusi Daerah.
2. Membuat laporan tentang formulir pendaftaran Wajib Pajak dan Retribusi.
3. Menetapkan nomor Pokok Wajib Pajak Daerah(NPWP)

**b) Kepala Seksi Pendataan**, mempunyai tugas :

1. Menghimpun, mengelola dan mencatat data obyek dan subyek Pajak dan Retribusi Daerah.
2. Melakukan pemeriksaan lapangan atau lokasi dan melaporkan hasilnya
3. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Pendaftaran dan Pendataan sesuai dengan bidang tugasnya.

**c) Kepala Seksi Dokumentasi dan Pengolahan Data**, mempunyai tugas:

1. Membuat dan memelihara daftar induk Wajib Pajak dan Wajib Retribusi Daerah.
2. Menyimpan arsip surat perpajakan dan retribusi daerah yang berkaitan dengan pendaftaran dan pendataan.

**4) Kepala Sub Dinas Penetapan**, mempunyai tugas:

Melaksanakan perhitungan dan penetapan jumlah Pajak dan Retribusi Daerah yang terhutang serta menghitung besarnya angsuran atas permohonan Wajib Pajak dan Retribusi Daerah, serta menata usahakan jumlah ketetapan Pajak Bumi dan Bangunan yang penagihannya dilimpahkan kepada daerah berdasarkan Surat Pemberitahuan Pajak terhutang (SPPT) dan Daftar Himpunan Pokok Pembayaran (DHPP) Pajak Bumi dan Bangunan. Dalam

melaksanakan tugasnya Kepala Sub Dinas Penetapan membawahi beberapa seksi, yaitu :

**a) Kepala Seksi Perhitungan**, mempunyai tugas :

1. Melaksanakan perhitungan, penetapan, penetapan secara jabatan dan penetapan tambahan Pajak dan retribusi Daerah.
2. Melaksanakan tugas - tugas lain yang diberikan Kepala Sub Din Penetapan.

**b) Kepala Seksi Penerbitan Surat Ketetapan**, mempunyai tugas :

1. Menerbitkan Surat Ketetapan Pajak (SKP), Surat Ketetapan Retribusi (SKR), Surat Perjanjian Angsuran dan surat ketetapan pajak lainnya.
2. Mendistribusikan dan menyimpan arsip surat Perpajakan dan Retribusi Daerah.

**c) Kepala Seksi Angsuran**, mempunyai tugas :

1. Menerima surat permohonan angsuran.
2. Menyiapkan surat Perjanjian Angsuran dan Surat Penolakan Angsuran Pemungutan / Pembayaran Pajak dan Retribusi.

**5) Kepala Sub Dinas Pembukuan dan Pelaporan**, mempunyai tugas:

Melaksanakan pembukuan dan pelaporan mengenai realisasi penerimaan dan tunggakan Pajak atau. Retribusi Daerah serta Pajak Bumi dan Bangunan, pengelolaan benda berharga. Dalam melaksanakan tugasnya Kepala Sub Dinas Pembukuan dan Pelaporan membawahi beberapa seksi, yaitu:

**a) Kepala Seksi Pembukuan Penerimaan**, mempunyai tugas:

1. Menerima dan mencatat semua ketetapan Pajak dan Retribusi serta Surat Ketetapan lainya yang telah dibayar lunas dan mencatat penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan serta menghitung tunggakan Pajak Bumi dan Bangunan.
2. Menerima dan mencatat semua Surat Ketetapan Pajak (SKP) dan Surat Ketetapan Retribusi (SKR) dan surat ketetapan lainnya.

**b) Kepala Seksi Pembukuan Persediaan**, mempunyai tugas:

1. Menerima dan mencatat tanda terima benda berharga, bukti penerimaan benda berharga.
2. Menerima dan mencatat uang hasil pemungutan benda berharga serta

menghitung dan merinci sisa persediaan benda berharga.

**c) Kepala Seksi Pelaporan**, mempunyai tugas:

1. Menyiapkan laporan berkala mengenai realisasi penerimaan dan tunggakan Pajak dan Retribusi Daerah serta Pajak Bumi dan Bangunan.
2. Menyiapkan laporan berkala mengenai realisasi penerimaan dan persediaan benda berharga.

**6) Kepala Sub Dinas Penagihan**, mempunyai tugas

Melaksanakan penagihan Pajak, Retribusi Daerah dan Pajak Bumi dan Bangunan serta pendapatan Daerah lainnya. Dalam melaksanakan tugasnya Kepala Sub Dinas Penagihan membawahi beberapa seksi, yaitu:

**a) Kepala Seksi Penagihan**, mempunyai tugas :

1. Menerima dan memcatat laporan penerimaan Pajak dan Retribusi Daerah serta Pajak Bumi dan Bangunan.
2. Menerbitkan Surat Tagihan Pajak dan Retribusi Daerah serta Pajak Bumi dan Bangunan.

**b) Kepala Seksi Keberatan**, mempunyai tugas

1. Menerima dan memproses permohonan keberatan dari Wajib Pajak dan Wajib Retribusi serta Retribusi.
2. Memproses penerbitan surat persetujuan dan atau penolakan permohonan keberatan Wajib Pajak.

**c) Kepala Seksi Pengelolaan Penerimaan lain - lain**, mempunyai tugas

1. Menerima dan mencatat penerimaan Pendapatan Daerah lain - lainnya.
2. Melaksanakan tugas -tugas lain yang diberikan Kepala Sub Dinas Penagihan sesuai dengan bidang tugasnya.

**7) Kepala Sub Dinas Perencanaan dan Pengendalian Operasional**, mempunyai tugas :

Melaksanakan penelitian, penyusunan. rencana, pembinaan teknis pemungutan, pemantauan, penggalan dan peningkatan pendapatan daerah. Dalam melaksanakan tugasnya. Kepala Sub Dinas Perencanaan dan Pengendalian. Operasional membawahi beberapa seksi, yaitu.

**a) Kepala Seksi Perencanaan dan Pembinaan Teknis Pemungutan**,

mempunyai tugas :

1. Menyusun rencana pendapatan Daerah dan rencana intensifikasi dan ekstensifikasi pemungutan Pendapatan Daerah.
2. Melakukan pembinaan pelaksanaan tata kerja dan tata hubungan kerja.

**b) Kepala Seksi Penggalian dan Peningkatan**, mempunyai tugas :

1. Meneliti, mengumpulkan dan mengelola data yang berkaitan dengan sumber pendapatan Daerah.
2. Merumuskan naskah rancangan Peraturan Daerah dan Keputusan Walikota tentang Perpajakan dan Retribusi Daerah serta Pendapatan Daerah lainnya.

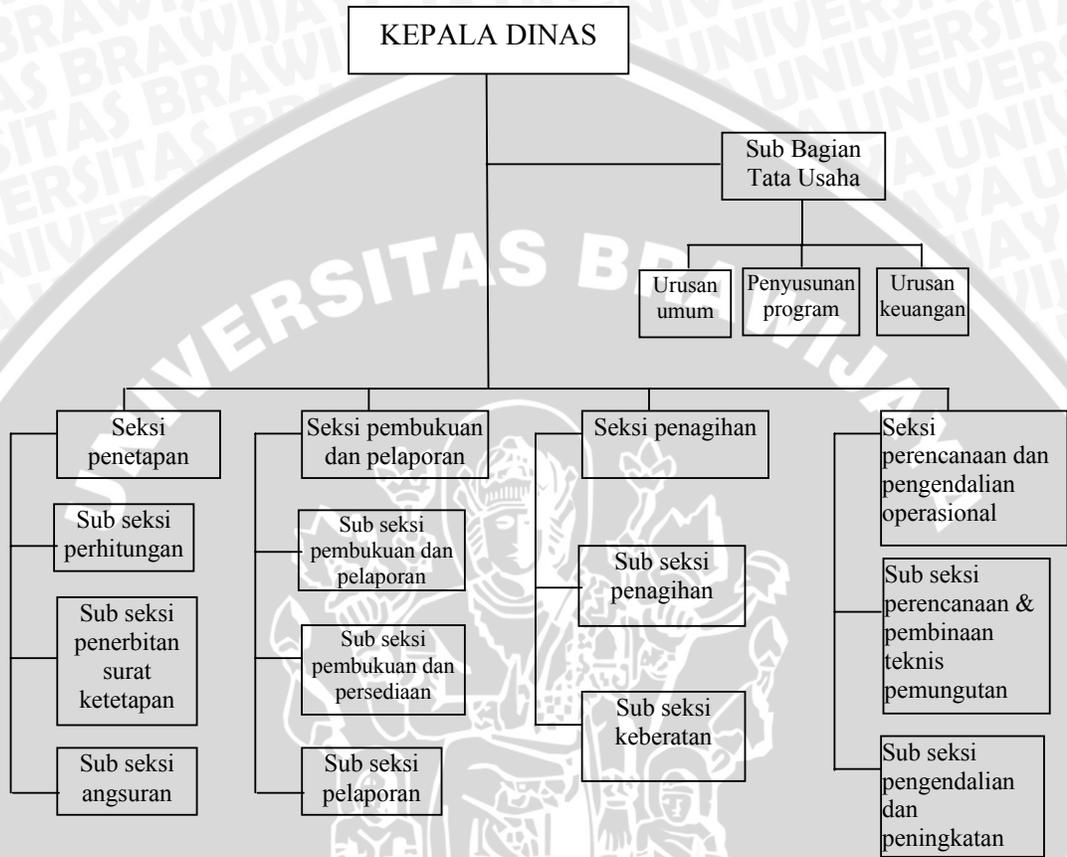
#### **8) Unit Pelaksana Dinas**

- a) Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) mempunyai kedudukan sebagai unsur pelaksana teknis operasional Dinas Pendapatan.
- b) Pembentukan Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) didasarkan pada Kebutuhan dan Beban Kerja Dinas dan ditetapkan dengan Keputusan Walikota.
- c) Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) dipimpin seorang Kepala UPTD yang dalam melaksanakan tugas berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas.

Dengan adanya semua penjelasan tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh jawatan Dinas Pendapatan Kota Malang adalah banyak sekali dan ini merupakan yang harus dilakukan oleh aparatur yang bersangkutan dan disertai dengan bantuan masyarakat demi lancarnya tugas-tugas daerah khususnya Dinas Pendapatan Kota Malang.

Pada halaman berikut ini akan disajikan gambaran struktur organisasi Kantor Dinas Pendapatan Kota Malang.

**GAMBAR 2**  
**STRUKTUR ORGANISASI**  
**KANTOR DINAS PENDAPATAN KOTA MALANG**



**Sumber : Bagian Kepegawaian Kantor Dinas Pendapatan Kota Malang Tahun 2006**

**d. Aktifitas yang Dilakukan**

Karena sektor pajak merupakan salah satu penerimaan Asli daerah, maka pajak bukan hanya dipungut sekedar memenuhi fungsi pajak yang budgeter saja, akan tetapi lebih luas lagi dan tidak kalah penting dirasakan perlu untuk diperhatikan lagi yaitu harus memenuhi fungsi mengaturnya dan tata etika dalam melaksanakan tugas pemungutannya.

Dalam melaksanakan tugas yang disajikan apakah sudah dilaksanakan atau diutarakan landasan hukum yang kuat beserta peraturan - peraturan hukum yang mendukungnya, sehingga dengan demikian dapat diterapkan siapa atau obyek

pajak yang mana yang harus dikenakan pemungutan pajak reklame, serta kapan dan bagaimana pelaksanaannya dan seterusnya.

Untuk mengatasi kesulitan yang ada dalam pajak reklame di Kota Malang dalam hal ini dilakukan dengan cara:

- 1) Berusaha untuk memasukkan uang kedalam kas daerah yang sebanyak-banyaknya, khususnya dari hasil pemungutan Pajak Reklame.
- 2) Dalam bidang pemungutan, karena semakin meningkatnya volume bidang yang menuntut harus diselenggarakan atau diselesaikan terlebih dahulu.
- 3) Lebih meningkatkan pajak reklame yang masih belum tercapai sasaran yang diharapkan, karena adanya kesulitan-kesulitan, hambatan-hambatan yang ada selama ini terjadi dalam pengelolaan sektor pajak reklame yang diterapkan.

#### e. Personalia

Ditinjau dari segi kuantitas, maka jumlah pegawai yang harus berada di lingkungan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang, sebagaimana dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri, Nomor XUPD 7/ 13/ 15-16 Tahun 1989 sebanyak 128 orang pegawai untuk membantu kepala daerah dalam melaksanakan pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah.

Untuk lebih jelasnya tentang perkembangan jumlah pegawai Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang dapat dilihat dari Tabel berikut:

**Tabel 4**  
**Jumlah Pegawai Dinas Pendapatan Kota Malang**  
**Tahun Anggaran 2002 s/d 2006**

No	Tahun Anggaran	Kebutuhan	Kenyataan	Prosentase
1	2002	128	68	57,53
2	2003	128	70	57,56
3	2004	128	70	54,69
4	2005	128	75	57,59
5	2006	128	75	57,59

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang

Berdasar data pada tabel di atas dapat di ketahui bahwa jumlah pegawai yang ada pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang dari tahun 2006 sampai tahun 2006 masih belum memenuhi kebutuhan. Hal tersebut dikarenakan adanya mutasi dan alih tugas dari Kantor Dinas ke Kantor Cabang Dinas, disamping adanya pegawai yang dipromosikan menjadi pegawai kecamatan maupun kelurahan.

## **B. Penyajian Data Fokus Penelitian**

### **1. Perubahan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame**

#### **a. Sistem dan Prosedur Pendataan Pajak Reklame**

Pendataan pajak atas reklame pada Dinas Pendapatan Daerah terjadi karena dua hal berikut ini :

- 1) Wajib pajak di data terlebih dahulu oleh petugas dari dinas pendapatan daerah untuk melakukan kewajibannya membayar pajak reklame. Hal ini biasanya terjadi pada toko-toko yang punya papan nama tapi belum membayar pajaknya dan petugas dari dinas pendapatan melakukan pendataan sehingga pemilik toko diwajibkan untuk membayar pajak reklame di dinas pendapatan daerah.
- 2) Wajib pajak langsung melakukan pendaftaran pada Dinas Pendapatan Daerah. Hal ini biasanya terjadi pada wajib pajak seperti biro reklame yang menangani pemesanan reklame misal reklame konser musik.

Adapun sistem dan prosedur yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

#### **a) Prosedur pendaftaran**

1. Hal yang pertama kali harus dilakukan oleh wajib pajak adalah mengajukan permohonan izin pemasangan reklame ke Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) dengan membawa lampiran gambar, bentuk dan letak/lokasi pemasangan bersama dengan tim maka akan dibuat izin pemasangan reklame, setelah proses ini selesai wajib pajak melakukan pendaftaran ke Dinas Pendapatan Daerah.

2. Wajib pajak datang ke seksi pendaftaran dengan membawa surat izin dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan juga lampiran fotokopi KTP untuk mendapatkan blanko Formulir Pendaftaran Pajak daerah.
  3. Seksi Pendaftaran menerima surat izin dan lampiran fotokopi KTP lalu menyerahkan blanko Formulir Pendaftaran Pajak daerah kepada wajib pajak.
  4. Wajib pajak mengisi blanko lalu menyerahkan lagi ke seksi pendaftaran.
  5. Setelah menerima blanko dari wajib pajak petugas di seksi pendaftaran mendaftarkan di buku register dan komputer lalu mendaftarkan wajib pajak per golongan.
  6. Setelah mendaftarkan wajib pajak lalu menetapkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan meminta tanda tangan atau Acc dari Kepala Dinas Pendapatan Daerah.
  7. Setelah disetujui lalu memberikan tanda terima kepada wajib pajak dengan mencantumkan NPWP-nya dan Tanda pengenal NPWP.
  8. Wajib pajak menerima tanda terima dan ke seksi pendataan untuk memperoleh Surat Pemberitahuan Pajak daerah.
  9. Setelah itu melakukan pendokumenan terhadap Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan formulir pendaftaran wajib pajak kedalam buku register.
- b) Prosedur pendataan
1. Setelah menerima tanda terima dan tanda pengenal dari seksi pendaftaran, selanjutnya wajib pajak menuju ke seksi pendataan untuk mendapatkan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah.
  2. Seksi pendataan menerima tanda terima dan izin dari wajib pajak lalu menyerahkan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) kepada wajib pajak.

3. Wajib pajak mengisi blanko Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) dengan jelas dan benar kemudian setelah itu diserahkan ke seksi pendataan selambat-lambatnya 15 hari.
4. Setelah menerima SPTPD dari wajib pajak, maka seksi pendataan mencatatnya ke dalam Kartu Pajak Reklame dan ke dalam buku register pajak reklame.
5. Kartu data yang telah dicatat lalu di mintakan tanda tangan kepada Sub Dinas Pendaftaran dan Pendataan.
6. Sedangkan SPTPD ditanda tangani oleh petugas dan diparaf oleh Kepala Sub Dinas Pendaftaran dan Pendataan.
7. Setelah semua selesai akan diserahkan ke seksi pendokumentasian.

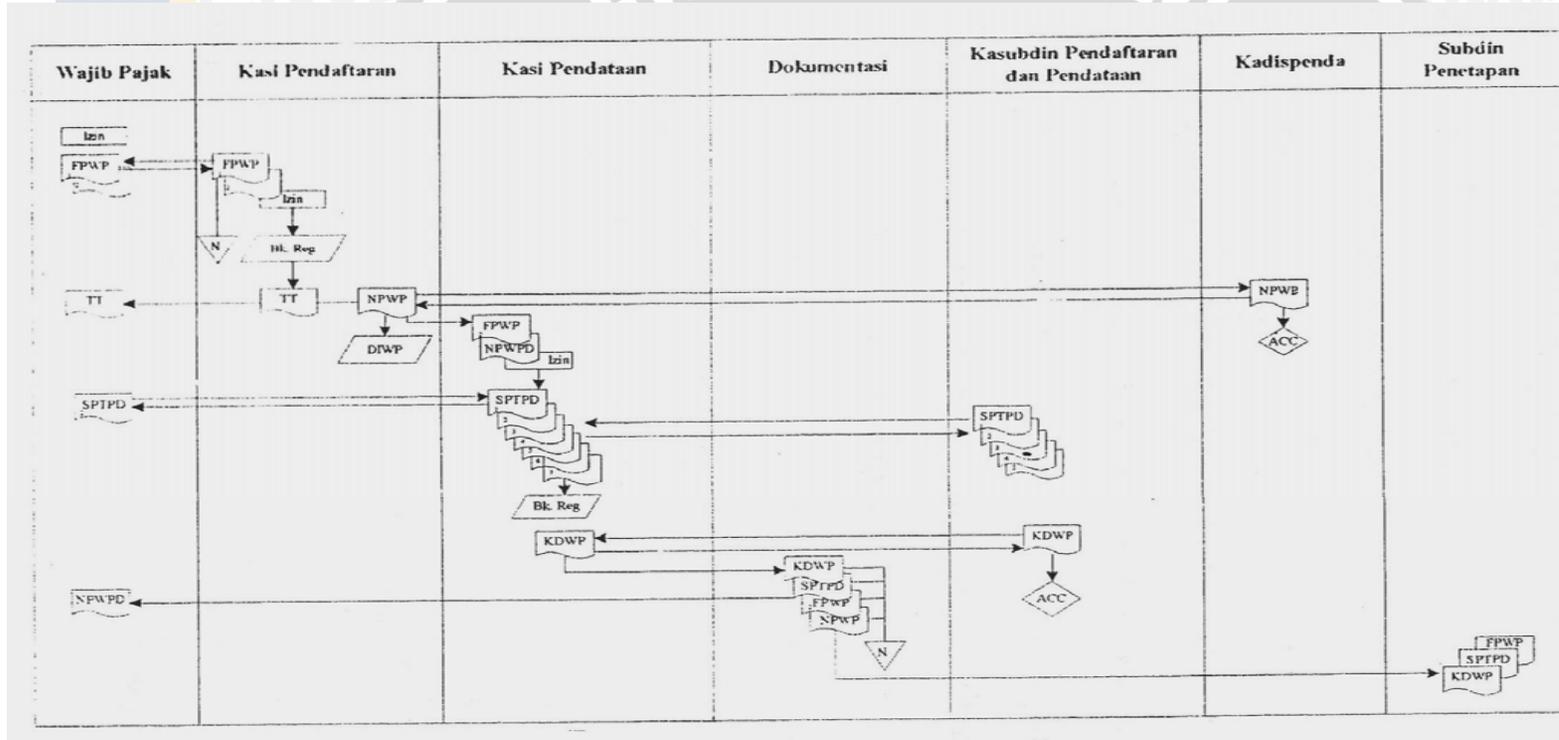
c) Prosedur pendokumentasian

Disini petugas mendokumentasikan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Formulir Pendaftaran Wajib Pajak dan Kartu Data lalu memdistribusikannya ke seksi penetapan.

Untuk lebih jelasnya akan disajikan Flowchart mengenai sistem dan prosedur pendataan berikut ini :



**GAMBAR 3**  
**SISTEM DAN PROSEDUR PENDAFTARAN DAN PENDATAAN**  
**PAJAK REKLAME DINAS PENDAPATAN KABUPATEN MALANG**



Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang (Data diolah)

## b. Sistem dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame

### 1) Sistem dan Prosedur Penetapan

Dinas Pendapatan Kabupaten Malang sebelum melakukan pemungutan terlebih dahulu melakukan penetapan besarnya pajak, sebelum menetapkan besarnya pajak yang terutang terlebih dahulu mengadakan perhitungan terhadap pajak terutang. Perhitungan pajak reklame berdasarkan pada nilai strategis. Berikut ini nilai strategi suatu lokasi pajak reklame:

**Klasifikasi utama** : Dinilai berdasarkan sudut pandang yang luas/banyak dan titik strategis antara lain berlokasi di sekitar pertigaan Karanglo dengan radius 250 m, perbatasan lawang - Pasuruan, pemasangan reklame diatas pembatas/ pemisah jalan raya antara Malang - Karanglo - Singosari- Lawang dan pemasangan reklame diatas gedung.

**Klasifikasi A** :Dinilai berdasarkan nilai kepadatan pemanfaatan tata ruang antara lain berlokasi dipersimpangan jalan (perempatan, pertigaan, tikungan), jembatan penyeberangan dan atau pemasangan reklame yang memotong pada badan jalan (permanen) dan sepanjang tepi jalan antara. Malang - Singosari - Lawang.

**Klasifikasi B** : Dinilai berdasarkan aspek kegiatan dibidang usaha antar lain berlokasi di pasar kelas I Lawang, Singosari, Kepanjen, Dampit, Turen, Gondanglegi dengan radius 500 meter, pertokoan, bandar udara, terminal bus/ taksi, gelanggang olahraga, lokasi taman rekreasi dan sepanjang jalan antara Malang - Dau, Malang - Pakisaji - Kepanjen - Sumberpucung, Malang - Pujon, Malang - Bululawang - Turen - Dampit.

**Kalsifikasi C** : Dinilai berdasarkan poros jalan kelas B antara lain berlokasi dipasar kelas II yaitu Tajinan, Sedayu,

Donomulyo, Pakis, Tumpang, Karangploso, Bululawang, Pakisaji, Sumberpucung dan diantara Karanglo -Karangploso - Pendem, Kepanjen - Gondanglegi - Turen, Malang - Tumpang, Dampit, Ampelgading.

**Klasifikasi D** : Dinilai berdasarkan selain klasifikasi utama sampai klasifikasi C.

Berdasarkan Nilai strategis diatas kita dapat menohituno pajal< terutang perhitungannya adalah

Pajak terutang = Luas x (Nilai Strategis + Nilai Jual Obyek pajak) x Sisi x Tarip pajak.

Dimana:

Nilai Strategis akan ditentukan dalam dasar perhitungan pajak

Nilai Jual Obyek Pajak akan ditentukan dalam dasar perhitungan pajak

Luas x sisi berdasarkan pada luas dan sisi dari reklamenya

Tarif pajak tetap yaitu 25%

Berikutu ini akan diilustrasikan perhitungan pajak reklame:

Seorang wajib pajak mendaftarkan reklamenya berupa reklame permanen berbentuk PN. Tiang Bersinar mempunyai lebar 5 meter dan panjang 10 meter lokasi pemasangannya pada daerah sekitar pertigaan Karanglo yang mana termasuk didalam klasifikasi utama maka perhitungannya adalah

$$\begin{aligned} \text{Pajak terutang} &= 5 \times 10 \times (\text{Rp.125.000} + \text{Rp.225,000}) \times 25\% \\ &= \text{Rp. 4.375.000} \end{aligned}$$

dimana:

Rp 125.000,- merupakan Nilai Strategi

Rp 225.000,- merupakan Nilai Jual Obyek Pajak

5 meter merupakan lebar reklame

10 meter merupakan panjang dari reklame

25% merupakan tarif pajak

Dasar perhitungan pajak reklame telah ditentukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Malang. Hal ini untuk mempermudah dalam perhitungan pajak atas reklame dan dasar perhitungan pajak reklame berdasarkan nilai strategis dan nilai

jual obyek pajak, terutama jenis dari reklame telah disebutkan secara jelas.

Berikut ini merupakan sistem dan prosedur pada Subdin Penetapan:

a. Seksi Perhitungan

- 1) Setelah menerima kartu data, maka seksi perhitungan meregister terlebih dahulu dalam buku berapa jumlah kartu data yang masuk dari subdin pendaftaran dan pendataan, dan jenis pajak. Hal ini dimaksudkan untuk melakukan pengecekan Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) dan Surat Setoran Pajak Daerah (SSPD) setelah diterbitkan. Adapun persyaratan kartu data yang benar antara lain:
  - a) Dilengkapi dengan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah (SPTPD) yang isinya perjanjian kesanggupan pembayaran yang ditandatangani oleh wajib pajak dan petugas Dinas Pendapatan.
  - b) Kartu data sesuai masing-masing pajak yang sudah benar pengisiannya untuk dipergunakan sebagai syarat melakukan perhitungan, yang ditanda tangani oleh subdin pendataan.
- 2) Dari kartu data yang sudah masuk ke subdin penetapan akan dihitung oleh kasi perhitungan dengan mengisi Nota Perhitungan.
- 3) Setelah Nota Perhitungan diisi, kasi perhitungan mengisi kartu data dari subdin pendaftaran dan pendataan kemudian kartu data tersebut dikembalikan ke subdin pendataan dengan tanda terima.
- 4) Ketetapan pajak yang sudah dihitung dalam Nota Perhitungan dimasukkan ke dalam buku rekap bulanan yang sesuai dengan obyek pajak dan jenis pajaknya, hal tersebut dimaksudkan untuk mengontrol apakah kartu data obyek pajak tersebut sudah masuk ke subdin penetapan atau belum.
- 5) Setelah selesai Nota perhitungan diberikan ke kasi penerbitan untuk diterbitkan.
- 6) Seksi perhitungan mengembalikan Kartu Data ke Subdin pendataan dengan tanda terima.

b. Seksi penerbitan

- 1) Setelah menerima nota perhitungan dari seksi perhitungan, maka seksi penerbitan mencetak Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) atau Surat

Setoran Pajak Daerah (SSPD) untuk pajak tersebut yang kemudian selanjutnya ditanda tangani Kepala Dinas. SKPD rangkap 4(empat) lembar:

- Lembar 1 : untuk Wajib Pajak
- Lembar 2 : untuk arsip penetapan
- Lembar 3 : untuk Bendaharawan Kas Penerima
- Lembar 4 : untuk Cabang Dinas Pendapatan

Sedangkan SSPD diterbitkan rangkap 8(delapan) lembar:

- Lembar 1 : untuk Bendaharawan Kas Penerima
- Lembar 2 : untuk arsip penetapan
- Lembar 3 : untuk arsip pembukuan
- Lembar 4 : untuk arsip penagihan
- Lembar 5 : untuk arsip P 2 0
- Lembar 6 : untuk arsip pendataan
- Lembar 7 : untuk Wajib Pajak

2) SKPD/ SKRD dan SSPD dicetak atau diterbitkan maka dibuatkan daftar sesuai SKPD/ SKRD dan SSPD yang diterbitkan untuk diperiksa oleh kasi penerbitan dan diketahui oleh kepala subdin penetapan dan disetujui oleh kepala dinas sebanyak 8 (delapan) rangkap yang nantinya dibagikan ke masing-masing subdin.

3) Daftar tersebut digunakan juga untuk tanda terima penyerahan ke cabang dinas pendapatan, setelah diterima oleh masing-masing cabang dinas atau wajib pajak kemudian daftar tersebut dibagikan yakni:

- Lembar 1 : untuk Cabang Dinas Pendapatan
- Lembar 2 : untuk Subdin Penagihan
- Lembar 3 : Untuk Subdin P 2 0
- Lembar 4 : Untuk Subdin Pembukuan
- Lembar 5 : Untuk Subdin Pendataan
- Lembar 6 : Untuk Subdin Penetapan
- Lembar 7 : untuk Bendaharawan k
- Lembar 8 : arsip

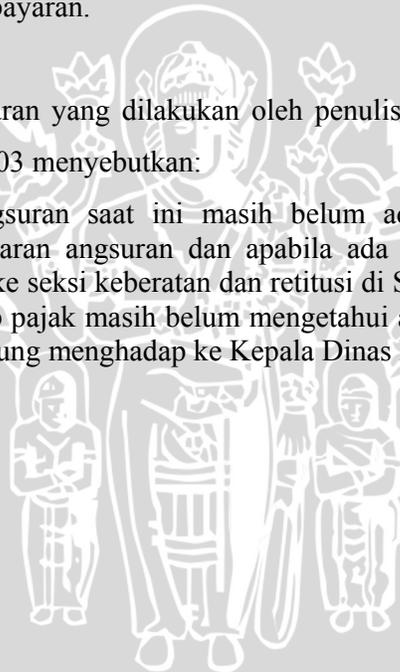
4) SKP yang sudah terkirim diarsipkan oleh seksi penerbitan beserta daftar

ke bendel yang dipilah sesuai pajak masing-masing dan wilayah (Cadin) diniana SKPD tersebut dikirim.

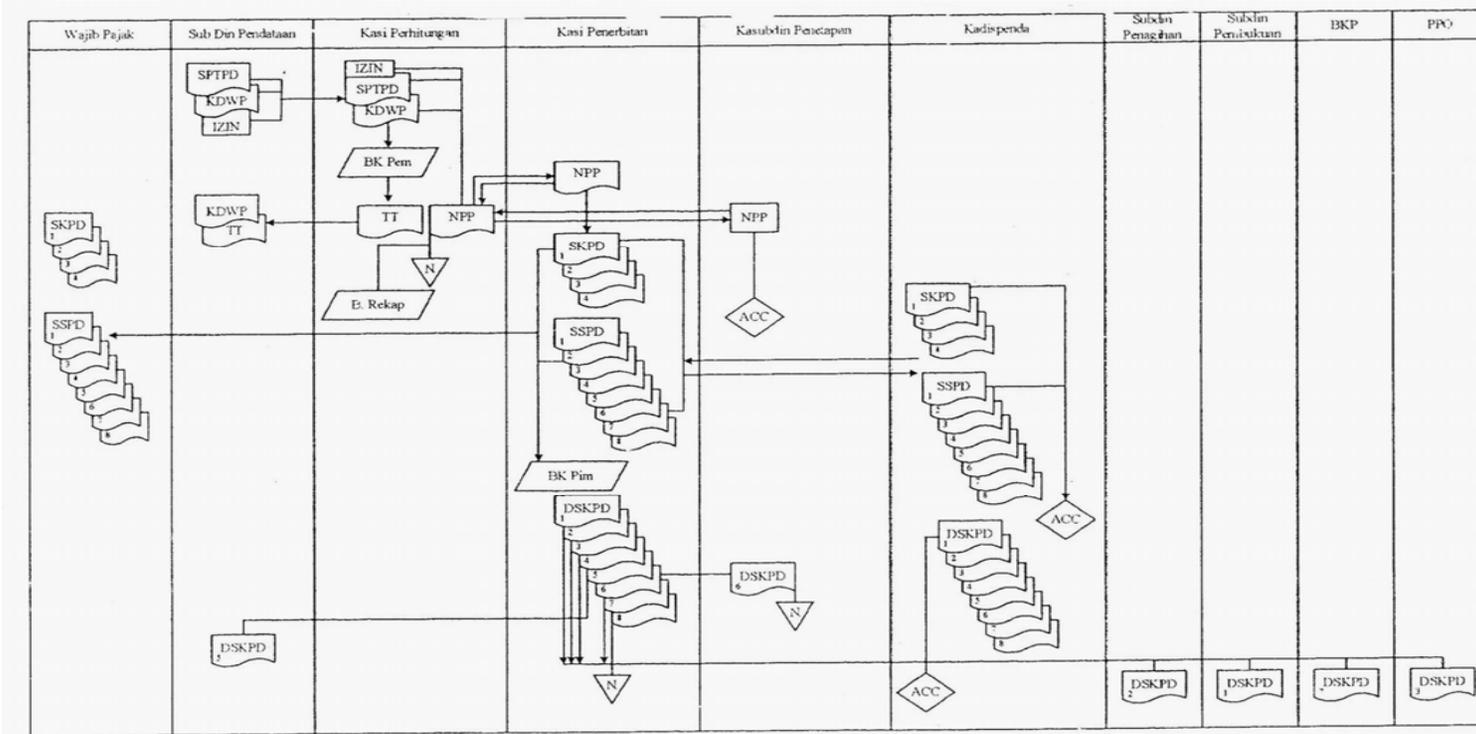
- 5) Untuk wajib pajak yang langsung membayar ke Dinas akan dibuatkan daftar yang dimasukkan tiap hari ke komputer yang dicetak dan dibagikan ke masing-masing subdin pada akhir bulan.
  - 6) Seksi penerbitan menghubungi Cabang Dinas apabila SKPD yang sudah selesai belum diambil dan apabila selesai 2 (dua) hari tidak juga diambil seksi penerbitan akan mengirim langsung ke Cabang Dinas tersebut.
  - 7) Nota Perhitungan yang sudah selesai dikerjakan oleh seksi penerbitan dikembalikan ke seksi perhitungan untuk dihimpun/diarsip.
  - 8) Wajib pajak menerima SKPD dan SSPD dari seksi penerbitan lain mengadakan pembayaran.
- b. Seksi angsuran

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis di Subdin Penetapan pada tanggal 9 Juni 2003 menyebutkan:

“Bahwa di seksi angsuran saat ini masih belum ada wajib pajak yang mengajukan pembayuan angsuran dan apabila ada wajib pajak biasanya langsung menghadap ke seksi keberatan dan retitusi di Subdin Penagihan atau dengan kata lain wajib pajak masih belum mengetahui adanya seksi angsuran ataupun bila ada langsung menghadap ke Kepala Dinas Pendapatan.”



**Gambar 4**  
**SISTEM DAN PROSEDUR PENETAPAN PAJAK REKLAME**  
**DINAS PENDAPATAN KABUPATEN MALANG**



Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang (Data diolah)

## 2) Sistem dan Prosedur Pemungutan

### a) Prosedur penerimaan pajak

1. Dimulai dari wajib pajak melakukan pembayaran ke Bendahara Kas Penerima (BKP) dengan memberikan SKPD, SSPD dan uang. Pembayaran bisa dilakukan di pembantu BKP pada Subdin/unit, yang selanjutnya disetorkan ke Kas Daerah melalui Kas Keliling.
2. Bendaharawan kas penerima menerima uang, SKPD dan SSPD yang dibayarkan oleh wajib pajak lalu mencatatnya ke dalam buku penerimaan sejenis.
3. Setelah itu petugas mencatatnya kedalam buku kas khusus.
4. Petugas mencatat bukti tanda setoran.
5. Uang setoran, bukti tanda setoran dan SSPD disetorkan ke Kasda untuk divalidasi.
6. Uang setoran akan masuk KASDA dan SSPD dan Bukti Tanda Setoran yang telah divalidasi akan dikembalikan ke bendaharawan kas penerima.
7. Petugas bendaharawan akan mengembalikan SSPD dan SKPD yang asli ke wajib pajak.
8. Setelah itu Bendaharawan Kas Penerima akan mendistribusikan SSPD ke bagian masing-masing.
9. Bendahara Kas Penerima akan membuat Laporan Realisai Penerimaan Pajak Daerah dengan meminta validasi Kapispenda terlebih dahulu.

### b) Prosedur pelaporan pajak

1. Petugas Bendahara Kas Penerima akan membuat laporan penerimaan dan pengeluaran uang yang akan dilaporkan ke Bupati dan distribusikan kepada Kepala Dinas dan P 2 0.
2. Petugas pembukuan yang telah menerima copy dari SSPD dan buku penerimaan sejenis akan mendaftarkannya kedalam buku laporan harian.
3. Petugas pembukuan akan membuat laporan realisasi pajak daerah.
4. Petugas bagian pembukuan akan melaporkan Laporan Realisasi Pajak ke Bupati dengan terlebih dahulu meminta validasi Kadispenda.

5. Petugas pembukuan akan mendistribusikan Laporan Realisasi Pajak ke masing-masing SubDinas.

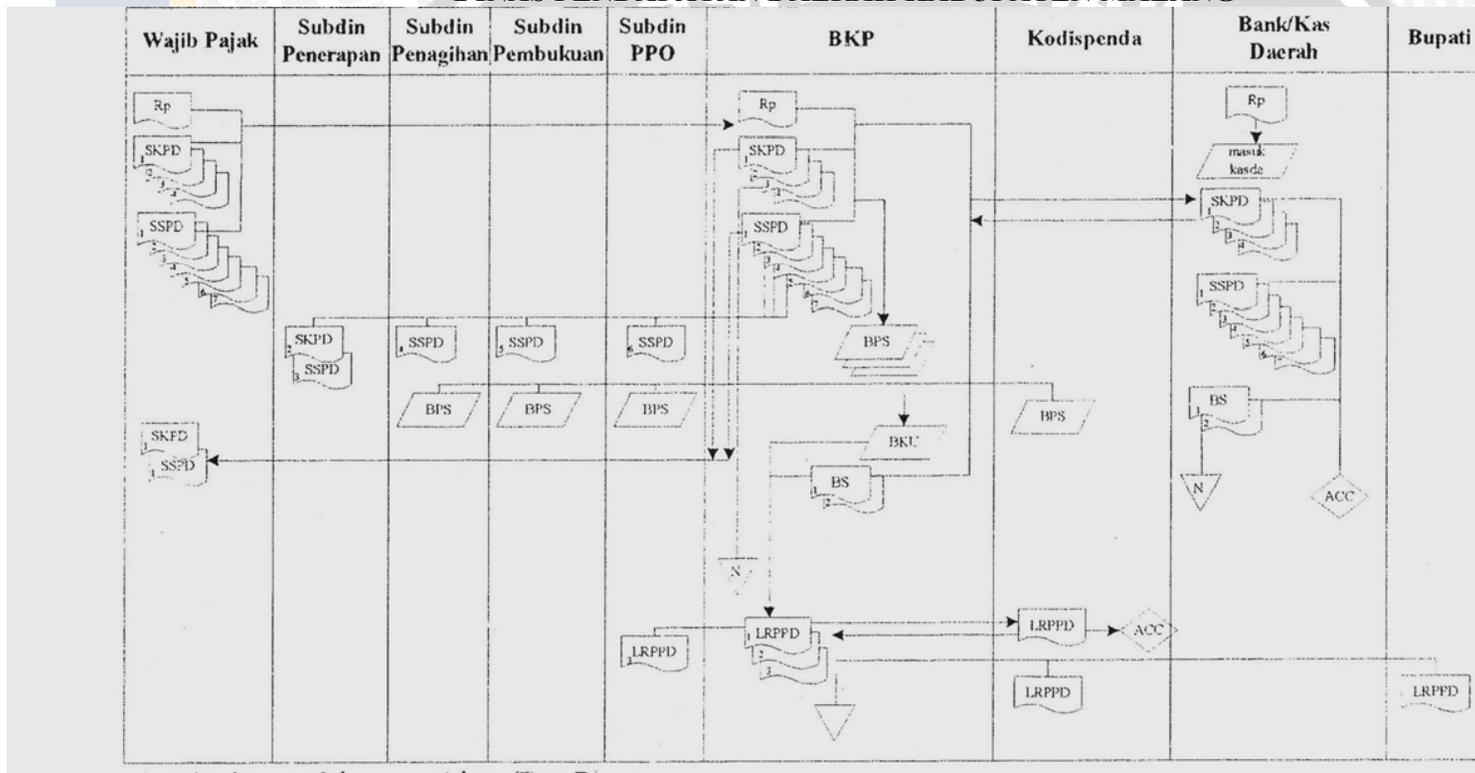
Untuk lebih jelasnya sistem dan prosedur penerimaan dan pelaporan dapat dilihat dalam gambar flowchart berikut ini:

Keterangan pada gambar dibawah ini:

- SKPD : Surat Ketetapan Pajak Daerah
- SSPD : Surat Setoran Pajak Reklame
- BPS : Bukti Penerimaan Sejenis
- BS : Bukti Setoran
- BKU : Buku Kas Umum
- LRPPD : Laporan Realisasi Penerimaan Pajak Daerah



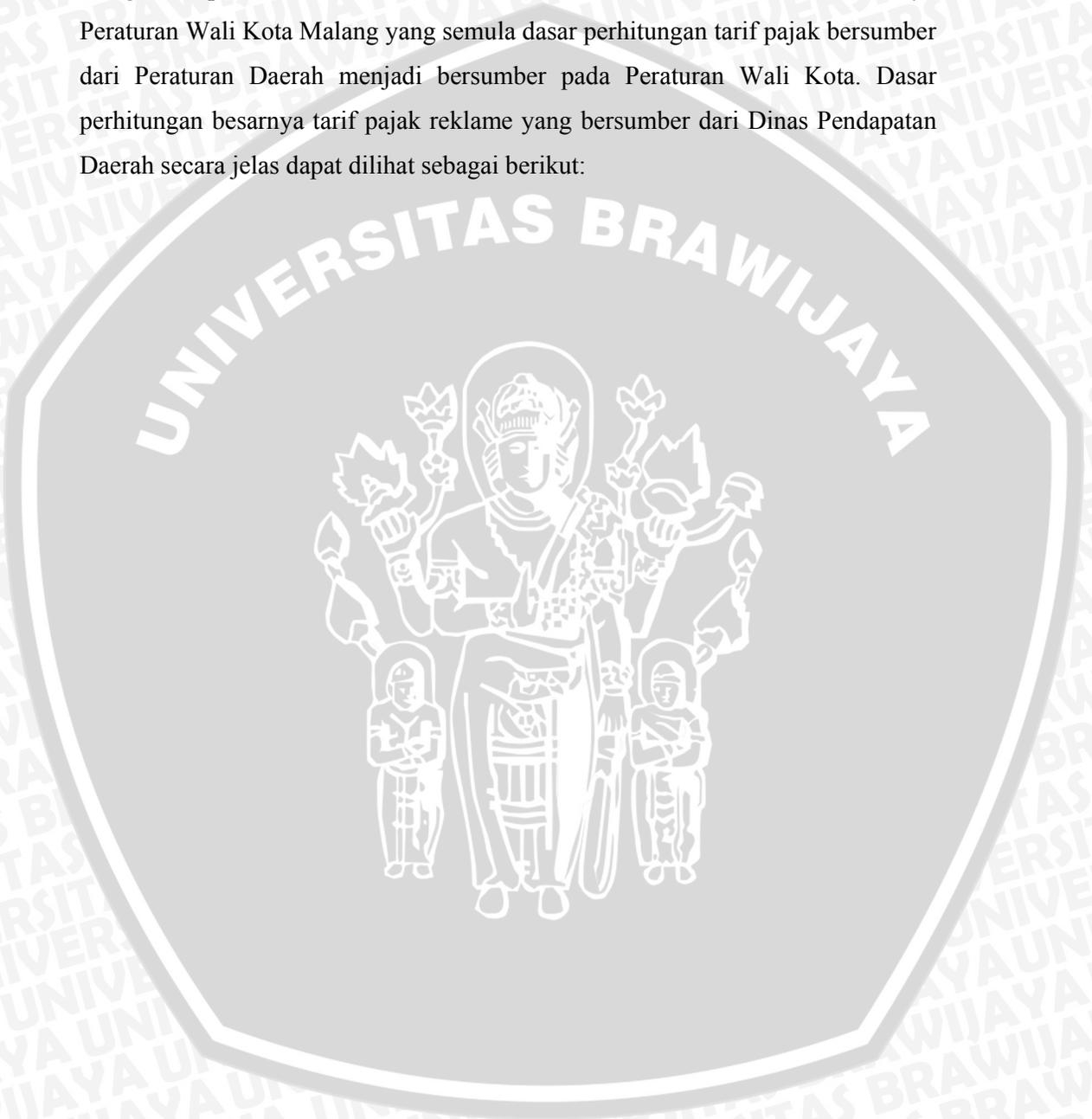
**GAMBAR 4**  
**SISTEM DAN PROSEDUR PENERIMAAN DAN PELAPORAN KAS PAJAK REKLAME**  
**DINAS PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN MALANG**



Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang (Data diolah)

### c. Perubahan Jenis dan Besarnya Tarif Pajak Reklame

Adapun jenis dan besarnya tarif pajak reklame di Kota Malang sedikit mengalami perubahan. Dimana hal tersebut di sebabkan oleh dikeluarkannya Peraturan Wali Kota Malang yang semula dasar perhitungan tarif pajak bersumber dari Peraturan Daerah menjadi bersumber pada Peraturan Wali Kota. Dasar perhitungan besarnya tarif pajak reklame yang bersumber dari Dinas Pendapatan Daerah secara jelas dapat dilihat sebagai berikut:



**Tabel 5**  
**Dasar Perhitungan Pajak Reklame Insidentil**  
**(Dalam Rupiah)**

**Reklame Insidentil**

No.	JENIS REKLAME	MASA PAJAK	NILAI STRATEGIS	NJOP	TARIF	PAJAK
1.	SPANDUK	BLN/MTR	7.500	17.500	25%	6.250
		1 Minggu /MTR	3.000	17.500	25%	5.125
2.	UMBUL-UMBUL	BLN/MTR	7.500	15.000	25%	5.625
		1 Minggu/MTR	3.000	15.000	25%	4.500
3.	POSTER/STIKER	BLN/Lembar	-	6.000	25%	1.500
4.	PLACKAIN	3 Bln/Lembar	-	10.000	25%	2.500
5.	SELEBARAN	Perlembar	-	600	25%	150
6.	BALON UDARA	BLN/BUAH	1.000.000	4.000.000	25%	1.250.000
7.	BALIHO	BLN/MTR	50.000	50.000	25%	25.000
8.	LAYAR COVER	BLN/MTR	20.000	30.000	25%	12.500
9.	TENDA TOKO	BLN/MTR	7.500	17.500	25%	6.250
10.	SLIDE/FILM	PERMENIT	-	20.000	25%	5.000

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang

**Tabel 6**  
**Dasar Perhitungan Pajak Reklame Permanen**  
**(Dalam Rupiah)**

**Reklame Permanen**

JENIS REKLAME	MASA PAJAK	NILAI STRATEGIS					NJOP	TARIF
		UTAMA	A	B	C	D		
PN. Tiang Bersinar	TH/MTR	125.000	110.000	100.000	90.000	80.000	225.000	25%
PN. Tiang	TH/MTR	120.000	100.000	90.000	80.000	70.000	175.000	25%
PN. Toko Bersinar (Neon Box)	TH/MTR	120.000	100.000	80.000	70.000	25.000	150.000	25%
PN. Toko	TH/MTR	100.000	70.000	60.000	40.000	20.000	125.000	25%
PN. Tembok/Kaca	TH/MTR	65.000	45.000	35.000	25.000	15.000	50.000	25%
Rombong	TH/MTR	150.000	100.000	90.000	80.000	70.000	100.000	25%
Kendaraan	TH/MTR	40.000	-	-	-	-	-	25%
Tinplats	TH/MTR	20.000	9.000	9.000	8.000	7.000	20.000	25%

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang

**Tabel 7**  
**Dasar Perhitungan Pajak Reklame**  
**(Dalam Rupiah)**

Reklame Permanen

Jenis reklame	Masa pajak	Nilai strategis				
		Utama	A	B	C	D
PN. Tiang Bersinar	TH/MTR	125.000	110.000	100.000	90.000	80.000
PN. Tiang	TH/MTR	120.000	100.000	90.000	80.000	70.000
PN. Toko Bersinar	TH/MTR	120.000	100.000	80.000	70.000	25.000
PN. Toko	TH/MTR	100.000	70.000	60.000	40.000	20.000
PN. Tembok/Kaca	TH/MTR	65.000	45.000	35.000	25.000	15.000
Rombong	TH/MTR	150.000	100.000	90.000	80.000	70.000
Kendaraan	TH/MTR	40.000	-	-	-	-
Tinplats	TH/MTR	20.000	9.000	9.000	8.000	7.000

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang

Adapun Biaya Pajak Ijin Pemasangan berdasarkan pada Perda Nomor 4 Tahun 2006 dan Peraturan Walikota Malang Nomor 4 Tahun 2008, Tarif pajak Reklame Permanen/Tetap per m<sup>2</sup> tiap tahun yang bersumber dari Peraturan Walikota secara jelas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Dasar Perhitungan Pajak Reklame**  
**(Dalam Rupiah)**

Reklame Permanen

Jenis reklame	Masa pajak	Nilai strategis				
		Utama	A	B	C	D
Bando Jalan, JPO	TH/MTR	-	324.000	270.000	243.000	226.800
Display Board	TH/MTR	-	990.000	900.000	855.000	828.000
Megatron	TH/MTR	-	180.000	170.000	160.000	150.000
Neon Box	TH/MTR	-	225.000	212.500	200.000	187.500
Billboard, Tembok, Letter Sign, Prismatek, Shop Panel	TH/MTR	-	150.000	125.000	112.500	105.000
Bus Shelter Mini Jumbo Board	TH/MTR	-	100.200	83.500	75.150	70.140
Bioskop Film	TH/MTR	-	150.000	125.000	112.500	105.000
Kendaraan	TH/MTR	270.000	-	-	-	-
Rombongan	TH/MTR	-	180.000	150.000	135.000	126.000
Profesi	TH/MTR	-	120.000	100.000	90.000	84.000
TV Media	TH/MTR	2.500.000	-	-	-	-

Sumber : Peraturan Walikota No. 4 Tahun 2008

Sedangkan biaya pajak ijin pemasangan berdasarkan pada Perda Nomor 4 Tahun 2006 dan Keputusan Walikota Malang Nomor 4 Tahun 2008, yang bersumber pada Peraturan Wali Kota secara jelas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 9**  
**Dasar Perhitungan Pajak Reklame Insidentil**  
**(Dalam Rupiah)**

**Pajak Insidentil**

<b>No.</b>	<b>Jenis Reklame</b>	<b>Masa Pajak</b>	<b>Pajak</b>
1.	Spanduk, Tenda,	BLN/MTR	32.500
	Umbul-umbul, Banner	1 Minggu /MTR	8.000
		HR/MTR	1.600
2.	Baliho	BLN/MTR	100.000
		1 Minggu /MTR	25.000
		HR/MTR	5.000
3.	Poster / Stiker	BLN/MTR	7.500
4.	Flagtchain	BLN/MTR	5.000
5.	Selebaran		
	- Tak Berwarna	Perlembar	100
	-Berwarna	Perlembar	200
6.	Reklame Udara	HR/MTR	400.000
7.	Peragaan / Demo	UNT/HR	210.000
8.	Slide Film	Per detik	10.000
9.	Pengarah Jalur	Per MTR	2.500

Sumber : Peraturan Walikota No. 4 Tahun 2008

Perubahan tarif pajak reklame yang terjadi belakangan ini sangatlah meresahkan bagi Wajib Pajak. Disamping itu kepastian hukum dari pada kenaikan tarif pajak tersebut masih perlu dipertanyakan. Dimana baru-baru ini terbit Peraturan Walikota No. 4 Tahun 2008 tentang pajak reklame yang lebih menegaskan pada tarif pajak reklame yang tarifnya mengalami kenaikan.

## **2. Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame**

### **a. Kegiatan dan Pelaku Kebijakan**

#### **1) Kegiatan**

Kegiatan merupakan salah satu indikator dari implementasi suatu kebijakan. Implementasi yang dilakukan tanpa disertai dengan kegiatan hanya merupakan khayalan belaka. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame ini dapat dilihat dari apa yang dilakukan Wajib Pajak. Dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame ini melibatkan Wajib Pajak sendiri sebagai pelaku kebijakan. Kegiatan yang dilakukan oleh wajib pajak tersebut adalah mendaftar, menghitung, menyetor dan kemudian memasang reklame.

Dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame juga melibatkan pegawai Dinas Pendapatan Daerah. Dimana kegiatan yang dilakukan adalah Mendata, medokumentasikan, menetapkan, menerbitkan, membukukan, melaporkan, memungut pajak, dan memantau pemasangan reklame.

#### **2) Pelaku**

Aktor atau pelaku merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan. Dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di negara kita menganut sistem *self assesment* dimana pelaku dari implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame ini sendiri adalah para Wajib Pajak atau pengguna reklame. Kedua adalah Dinas Pendapatan daerah Kota Malang. Ketentuan pelaku implementasi kebijakan ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas Daerah sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang.

Wajib Pajak Reklame dibagi menjadi dua yaitu wajib pajak yang memasang reklame akan tetapi belum mendaftar langsung kepada Dinas Pendapatan Daerah dan juga wajib pajak yang mendaftarkan diri terlebih dahulu dan akan memasang reklame.

### **b. Dukungan Struktur Birokrasi**

Dukungan struktur birokrasi merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan. Dalam hal ini adalah dukungan dari

Dinas Pendapatan Kota Malang. Dimana pelayanan terhadap pemungutan pajak reklame baik dan tidaknya tergantung dari pada dukungan struktur birokrasi. Hal ini termasuk didalamnya adalah hal kinerja dari pada pegawai Dinas Pendapatan Kota Malang dan juga kemudahan bagi para wajib pajak. Dukungan struktur birokrasi ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas Daerah sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang.

### **c. Komunikasi dan Koordinasi Kegiatan**

Dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang tidak lepas dari faktor yang menunjang keberhasilan implementasi kebijakan yakni komunikasi dan koordinasi kegiatan. Komunikasi dan koordinasi kegiatan terjadi antara Wajib Pajak dengan Dinas Pendapatan Daerah. Untuk melancarkan jalannya komunikasi dan koordinasi antara kedua belah pihak, Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang telah membuka jalur pendaftaran pajak reklame secara online melalui internet yakni situs Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang. Formulir dan persyaratan pengajuan atau pendaftaran pajak reklame dapat diperoleh dan diketahui di situs Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang tersebut.

Hal tersebut diatas merupakan suatu bentuk komunikasi dan koordinasi kegiatan yakni dalam hal menunjang keberhasilan implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di kota Malang. Dimana mudahnya komunikasi dan koordinasi antara Wajib Pajak dengan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang telah terbentuk dan telah menunjang keberhasilan Implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang.

## **3. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Pada Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Malang**

### **a. Perkembangan Penerimaan Pajak Reklame di Kota Malang**

Pelaksanaan pemungutan pajak reklame sebagai pendapatan asli daerah (PAD) di Kota Malang memuat tentang pelaksanaan pemungutan pajak reklame, pembayaran pajak reklame, penerimaan pajak reklame baik dari pajak reklame tetap maupun reklame tidak tetap, tarif pajak reklame, ketentuan pokok calon pemasangan reklame dan syarat-syarat pengajuan permohonan ijin pemasangan

reklame, dimana didalam kewajibannya pemasang reklame atau pemohon harus memperoleh ijin dari Kepala Daerah atau pejabat yang ditunjuk.

Perkembangan penerimaan pajak reklame dapat di lihat dari Perhitungan Permohonan Perijinan di Kota Malang. Jumlah Permohonan Perijinan sebelum Desember tahun 2007 adalah sebanyak : 4097 Perijinan. Jumlah Permohonan Perijinan tersebut terdiri dari berbagai macam perijinan yang kena pajak salah satunya adalah pajak reklame. Adapun jumlah Permohonan Perijinan dimulai Desember tahun 2007 dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 10**  
**Perkembangan Perijinan Di Kota Malang**  
**Desember tahun 2007**

No	Jenis Perijinan	Jumlah Perijinan
1	Ijin Mendirikan Bangunan	2,277
2	Ijin Usaha Pengandangan Kendaraan Bermotor Truk, Bus dan Sejenisnya	2
3	Ijin Usaha Angkutan	152
4	Ijin Trayek	30
5	Ijin Kegiatan yang Berdampak pada Keramaian Umum/Tontonan	292
6	Ijin Penggunaan Tanah Makam	24,770
7	Ijin Usaha Rental VCD dan Rekaman VCD	5
8	Ijin Persewaan Penggunaan Gedung Milik Pemerintah	3
9	Ijin Usaha Percetakan	3
10	Ijin Usaha Bioskop	1
11	Ijin Usaha Percetakan	1
12	Ijin Tempat Usaha (SITU)	1,006
13	Ijin Gangguan (IG/HO)	354
14	Ijin Pemasangan Reklame Permanen	991
15	Ijin Reklame Insidentil	2,036

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang

### b. Target dan Realisasi Pajak Reklame Di Kota Malang

Pada Tabel 10 dijelaskan target dan realisasi penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang, tahun anggaran 2002-2006.

**Tabel 11**  
**Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame**  
**Dinas Pendapatan Kota Malang**  
**Tahun Anggaran 2002-2006**

No	Tahun	Target	Realisasi	Prosentase
1	2002	38.000.000	37.912.500	0,99
2	2003	48.000.000	48.048.500	1,00
3	2004	44.000.000	41.331.250	0,93
4	2005	45.000.000	43.418.500	0,96
5	2006	68.000.000	67.007.500	0,98

Sumber : Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa dalam tahun anggaran 2002-2006, hanya pada tahun 2003 saja penerimaan pajak reklame dapat mencapai target. Penerimaan pajak reklame pada tahun 2002, 2004, 2005, dan 2006 masih belum dapat mencapai target yang ditetapkan.

### c. Kontribusi Pajak Reklame Pada Pendapatan Asli Daerah.

Penerimaan dari Pajak Reklame di Kota Malang masih belum memberikan kontribusi yang cukup. Apabila dibandingkan dengan Pajak Mendirikan Bangunan, Pajak Tempat Usaha, penerimaan terhadap pajak reklame berada di bawah kedua pajak tersebut. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 9 diatas, dimana Pajak Reklame Insidentil terdapat 2,036 perijinan, sementara Pajak Reklame Permanen terdapat 991 perijinan. Sementara itu jumlah perijinan yang paling banyak adalah Perijinan Penggunaan Tanah Makam dan kemudian Perijinan Mendirikan Bangunan. Untuk tahun-tahun kedepan diharapkan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dapat lebih ditingkatkan.

### C. Analisis Data

#### 1. Perubahan Sistem dan Prosedur Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame

Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang pada dasarnya mengalami sedikit perubahan. Perubahan-perubahan tersebut menyangkut pelayanan dan tarif pajak reklame. Adapun pelayanan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang terdapat berbagai kemajuan yakni prosedur pendataan atau pendaftaran dapat dilakukan secara online melalui situs Dinas Pendapatan daerah kota Malang. Dimana formulir dapat di peroleh melalui situs tersebut.

Selain perubahan dalam hal pelayanan terdapat pula perubahan menyangkut tarif pajak reklame. Adapun jenis dan besarnya tarif pajak reklame di Kota Malang mengalami perubahan yang signifikan. Dimana hal tersebut di sebabkan oleh dikeluarkannya Peraturan Wali Kota Malang yang semula dasar perhitungan tarif pajak bersumber dari Peraturan Daerah menjadi bersumber pada Peraturan Wali Kota.

Pajak reklame merupakan pajak daerah yang sangat berpotensi bagi Pendapatan Asli Daerah. Karena hal itu maka pajak reklame bukan hanya dipungut sekedar memenuhi fungsi pajak yang budgeter saja, akan tetapi lebih luas lagi dan tidak kalah penting dirasakan perlu untuk diperhatikan lagi yaitu harus memenuhi fungsi mengaturnya dan tata etika dalam melaksanakan tugas pemungutannya.

Kebijakan yang ideal adalah kebijakan yang terdapat keseimbangan antara tujuan yang akan dicapai dengan nilai-nilai yang mendampinginya. Syarat lain suatu kebijakan dikatakan ideal adalah adanya sinkronisasi antara kebijakan dengan identifikasi masalah. Menurut penulis, Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame adalah kebijakan yang cukup ideal. Akan tetapi dalam hal menetapkan tarif reklame perlu adanya keseimbangan dengan nilai-nilai yang mendampinginya. Adapun nilai yang dimaksud adalah kondisi ideal dari tujuan yang ingin dicapai. Dalam hal ini yakni kesesuaian dengan kondisi perekonomian di Indonesia.

## 2. Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame

Dalam suatu kebijakan faktor utama yang menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan yakni aktor atau pelaku kebijakan. Sistem pemungutan di negara kita menganut sistem *self assesment* jadi Pelaku dari kebijakan mengenai pajak reklame ini adalah Wajib Pajak itu sendiri. Kedua adalah Dinas Pendapatan daerah Kota Malang. Ketentuan pelaku implementasi kebijakan ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas Daerah sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang.

Salah satu indikator dari implementasi suatu kebijakan adalah suatu kegiatan. Implementasi yang dilakukan tanpa disertai dengan kegiatan hanya merupakan khayalan belaka. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame ini dapat dilihat dari apa yang dilakukan Wajib Pajak. Dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame ini melibatkan Wajib Pajak sendiri sebagai pelaku kebijakan. Kegiatan yang dilakukan oleh wajib pajak tersebut adalah mendaftar, menghitung, menyetor dan kemudian memasang reklame. Dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame juga melibatkan pegawai Dinas Pendapatan Daerah. Dimana kegiatan yang dilakukan adalah Mendata, medokumentasikan, menetapkan, menerbitkan, membukukan, melaporkan, memungut pajak, dan memantau pemasangan reklame.

Dukungan struktur birokrasi merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan. Dalam hal ini adalah dukungan dari Dinas Pendapatan Kota Malang. Dimana pelayanan terhadap pemungutan pajak reklame baik dan tidaknya tergantung dari pada dukungan struktur birokrasi. Hal ini termasuk didalamnya adalah hal kinerja dari pada pegawai Dinas Pendapatan Kota Malang dan juga kemudahan bagi para wajib pajak. Dukungan struktur birokrasi ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas Daerah sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang.

Selain aktor atau pelaku kebijakan, kegiatan, dan dukungan struktur birokrasi, dalam implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota

Malang tidak lepas dari faktor yang menunjang keberhasilan implementasi kebijakan yakni komunikasi dan koordinasi kegiatan. Komunikasi dan koordinasi kegiatan terjadi antara Wajib Pajak dengan Dinas Pendapatan Daerah. mudahnya komunikasi dan koordinasi antara Wajib Pajak dengan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang akan menunjang keberhasilan implementasi Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di kota Malang.

### **3. Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Pada Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Malang**

Penerimaan pajak reklame sangat mempunyai potensi pada Pendapatan Asli Daerah. Dimana pelaksanaan pemungutannya dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang. Yang mana pelaksanaan pemerintahan daerah diatur dalam Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas Daerah sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang. Serta Keputusan Walikota Malang Nomor 346 Tahun 2004 tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan Kota Malang.

Mengenai pembentukan susunan organisasi Dinas Pendapatan telah ditetapkan sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan oleh Menteri Dalam Negeri. Sesuai dengan surat Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2003 tentang Pedoman Operasional Penyidik Pegawai Negeri Sipil Daerah Dalam Penegakan Peraturan Daerah, maka ditetapkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang.

Dalam hal peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Malang, pajak reklame merupakan salah satu sektor pajak yang mempunyai peranan penting dan memerlukan pengelolaan yang tepat. Dengan Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang, diharapkan sektor pajak reklame dapat memberikan kontribusi yang sesuai dengan target realisasi kepada Pendapatan Asli Daerah.

## BAB V PENUTUP

### A. KESIMPULAN

Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang berdasarkan Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame, merupakan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah Kota Malang sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong adanya kemajuan dibidang ekonomi yang ada didaerah.

Secara garis besar berdasarkan uraian yang telah disajikan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan tentang Implementasi Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang sebagai berikut :

1. Sistem dan prosedur pendataan pajak reklame di Kota Malang prosedur pelayanannya telah meningkat yakni dapat dilakukan secara online melalui internet.
2. Sistem dan prosedur pemungutan pajak reklame di Kota Malang didasarkan pada Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame.
3. Perubahan jenis dan besarnya tarif pajak reklame seharusnya terdapat kejelasan dalam hal dasar hukum, hal ini terkait dengan dikeluarkannya peraturan Wali Kota No. 4 Tahun 2008 tentang pajak reklame yang lebih menegaskan pada tarif pajak reklame yang tarifnya mengalami kenaikan dan berakibat keresahan pada Wajib Pajak.
4. Kegiatan dan pelaku kebijakan menyangkut dua aspek, yakni Wajib Pajak dan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang.
5. Dukungan struktur birokrasi yakni Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2004 tentang Pembentukan, Kedudukan, Tugas Pokok, Fungsi dan Struktur Organisasi Dinas sebagai Unsur Pelaksana Pemerintah Kota Malang, serta Keputusan Walikota Malang Nomor 346 Tahun 2004 tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan Kota Malang.

6. Komunikasi dan koordinasi kegiatan yakni dalam implementasi kebijakan pendataan dan pemungutan pajak reklame hampir tidak ditemui hambatan yang berarti dari masing-masing pelaku. Hal ini disebabkan adanya komunikasi dan koordinasi yang cenderung baik antara Wajib Pajak dan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang.
7. Perkembangan penerimaan pajak reklame di Kota Malang telah mengalami perkembangan, akan tetapi didalam pelaksanaan pengawasan terhadap operasional dilapangan mengenai jumlah, lokasi pemasangan reklame, ukuran dan jenis pajak reklame perlunya metode pengawasan yang lebih jeli, hal ini berkaitan dengan :
  - a. Pemeriksaan lapangan terhadap pajak reklame mengenai jumlah, lokasi, jenis dan ukuran reklame yang tidak sinkron dengan kenyataan biasanya langsung diadakan penarikan pajak tambahan tanpa terlebih dahulu melalui prosedur yang semestinya.
  - b. Banyaknya reklame yang di pasang tidak pada tempatnya, di mana lokasi pemasangan lebih banyak terpasang pada pepohonan, atau pun antar tiang listrik, yang kesemuanya itu mengurangi dari pada keindahan Kota.
  - c. Banyaknya reklame yang hilang diambil oleh warga sebelum pada waktunya meskipun pembayaran oleh wajib pajak tetap sesuai dengan reklame yang pernah dibayarkan.
8. Target dan realisasi pajak reklame di Kota Malang, masih terdapat realisasi yang belum mencapai target maksimal.
9. Pajak reklame merupakan sektor yang mempunyai potensi pada Pendapatan Asli Daerah.

## **B. SARAN**

Dari deskripsi masalah pajak reklame diatas dapat dilihat bahwa pajak reklame mempunyai potensi yang cukup baik bagi Pendapatan Asli Daerah. Namun disisi lain kesejahteraan masyarakat juga harus menjadi perhatian utama dari pemerintah karena memajukan kesejahteraan umum merupakan salah satu tujuan Negara yang utama. Berdasarkan pengamatan pada Implementasi

Kebijakan Pendataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kota Malang diatas peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Pemerintah Daerah Kota Malang perlu meluruskan kesimpangsiuran peraturan antara Peraturan Daerah No. 4 tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dengan Peraturan Wali kota No. 4 tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Reklame. Dalam hal ini yang perlu tekankan adalah apakah Wali Kota mempunyai wewenang dalam membuat peraturan yang menyangkut pajak reklame. Dimana hal tersebut menimbulkan ketidak jelasan karena dinilai tidak adanya kepastian hukum yang berakibat kepada bingungnya Wajib Pajak.
2. Dalam Penetapan besarnya tarif pajak reklame di Kota Malang, hendaknya Pemerintah Daerah melakukan Peninjauan Kembali (PK) kepada target dari pada kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah. Dalam hal ini terkait dengan naiknya tarif pajak reklame yang mengakibatkan pemasang atau pengelola reklame Kota Malang mengalami keresahan. Dari kenaikan tarif reklame tersebut bukan tidak mungkin jumlah Wajib Pajak yang ingin memasang reklame akan berkurang. Hendaknya Pemerintah Daerah Kota Malang menurunkan sedikit tarif pajak reklame yang menurut Wajib Pajak sangat memberatkan.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Abdul Wahab, Solichin. 1990, *Pangantar Analisa Kebijakan Negara*, Jakarta: Bineka Cipta
- Abdul Wahab, Solichin. 2001, *Analisis Kebijakan Dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara
- Islamy, M., Irfan. 1984. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara
- Faisal, Sanapiah. 1999. *Format-Format Penelitian Sosial, Dasar-Dasar dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Press
- Mardiasmo, 2001. *Perpajakan*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Priantara, Diaz. 2000. *Pemeriksaan dan Penyidikan Pajak*, Jakarta, Djembatan.
- Soemitro, Rochmad, 1988, *Pajak dan Pembangunan*, Bandung : Eresco
- Soejito, Irawan, 1984. *Hubungan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah*, Jakarta, Bina Aksara
- Moloeng, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Islamy, M., Irfan. 1993. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara

### Undang-undang / Peraturan -peraturan:

- ....., 1945. *Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Pasal 23A Tentang Pajak dan Pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan Negara diatur dengan undang-undang.*
- ....., 2004. *Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.*
- ....., 2006. *Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame.*

**Artikel**

Budianto, Triyani. Oktober 2004. Sosialisasi RUU Pajak Penghasilan. *Penyesuaian Besarnya PTKP dan Implikasinya Terhadap Pph Pasal 21 Tahun 2005* (online). (Yahoo.Com. diakses 07 juli 2005)

**Situs Internet**

Surya online: 19 April 2008. *Tarif Reklame Menggila, Naik 300 - 700 Persen.* (surya.co.id)

