

**IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH NO. 03 TAHUN 2005
TENTANG PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI KABUPATEN NGANJUK
(Suatu Studi Tentang Mekanisme Pelaksanaan Pajak Reklame di Kabupaten Nganjuk)**

SKRIPSI

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

**ANANG SUPRIYANTO
NIM: 0210313004-31**



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

MALANG

2006

ABTRAKSI

IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH NO. 03 TAHUN 2005 TENTANG PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI KABUPATEN NGANJUK

(Suatu Studi Tentang Mekanisme Pelaksanaan Pajak Reklame di Kabupaten Nganjuk)

ANANG SUPRIYANTO (104 Halaman)

NIM : 0210313004-31

Pembangunan yang sedang dilaksanakan oleh Negara kita di seluruh tanah air memerlukan biaya yang cukup besar, sehingga dalam hal ini tidak dapat dibebankan kepada pemerintah pusat saja melainkan harus dipikul bersama-sama dengan pemerintah daerah setempat di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Oleh karena itu kebijakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah satu faktor yang turut menentukan penyelenggaraan otonomi daerah. Untuk itu setiap pemerintah kabupaten/kota tentunya senantiasa berupaya mengimplementasikan kebijakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) khususnya pajak reklame secara efisien dan efektif, Sehingga diharapkan memberikan kontribusi bagi Pendapatan Asli Daerah yang dampaknya (out come) bagi kemandiriannya dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat daerah setempat. Mengingat prosedur yang harus ditempuh dalam ijin reklame umumnya dianggap terlalu berbelit-belit dan tidak jelas, serta membutuhkan upaya yang tidak sedikit baik dalam bentuk waktu maupun biaya. Maka diperlukan suatu sistem pendataan dan pemungutan pajak reklame yang baik.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan: 1. Implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah meliputi: Sistem pendaftaran, pendataan, dan penetapan pajak reklame, Sistem pemungutan pajak reklame, Target dan realisasi pajak reklame, Kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah. 2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah di kabupaten Nganjuk. Untuk mencapai tujuan tersebut dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan analisa kualitatif dilakukan dengan wawancara serta dengan observasi dan dokumentasi.

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pemerintah Kabupaten Nganjuk telah merumuskan kebijakan pajak reklame yang dititikberatkan pada intensifikasi. Implementasi peraturan sistem pendataan dan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Nganjuk cenderung tidak sesuai dengan aturan yang ada, realisasi pajak reklame terhadap kontribusi pendapatan asli daerah rata-rata sebesar 3.5 % per tahun. Masih adanya kendala struktural selain kendala teknis dan non teknis lainnya dalam implementasi pajak reklame sistem pendaftaran, pendataan dan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Nganjuk. Untuk meningkatkan pemasukan dari sektor pajak reklame, maka usaha intensifikasi dan transparansi pajak reklame harus digalakkan dan melakukan kerja sama kepada pihak ketiga dalam meningkatkan pendapatan pajak reklame.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena dengan rahmat dan perlindungan-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH NO. 03 TAHUN 2005 TENTANG PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DI KABUPATEN NGANJUK (Suatu Studi Tentang Mekanisme Pelaksanaan Pajak Reklame di Kabupaten Nganjuk)**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis juga tidak akan mampu untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa ada bantuan dari pihak lain. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Suhadak, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Bapak Drs. Irwan Noor, MA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Drs. Abdul Wachid dan Dra. Ratih Nur Pratiwi, Msi selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
4. Bapak Ibu dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang telah mengajar, mendidik, dan mentransfer ilmunya kepada penulis selama ini.
5. Bapak Drs. Pudjianto, MM selaku Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
6. Bapak Drs. Suhartadi, MM selaku Kepala Sub Dinas Pendaftaran, Pendataan dan Penetapan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yang juga telah banyak membantu memberikan keterangan kepada penulis.

7. Bapak Mudjiyanto selaku seksi pendaftaran dan pendataan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yang telah menyediakan waktu dan data-data yang penulis butuhkan.
8. Ibu Dra. Hetty Eloza dan Ibu Dra. Titin Supriatin selaku Seksi pelaporan dan Humas yang telah membantu menyediakan data yang dibutuhkan penulis.
9. Seluruh Staf dan karyawan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yang telah banyak membantu penulis selama melakukan penelitian.
10. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberi dukungan dan doa bagi penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini dikarenakan segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Karena itu, penulis bersedia menerima segala masukan, saran, dan kritik untuk perbaikan di kemudian hari. Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua.

Malang, Juni 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Konsep Dasar Implementasi Kebijakan.....	8
1. Pengertian Kebijaksanaan.....	8
2. Pengertian Implementasi Kebijakan.....	12
3. Model-Model Implementasi Kebijakan.....	13
4. Pendekatan-Pendekatan Implementasi Kebijakan.....	16
5. Faktor Pendukung dan penghambat Proses Implementasi Kebijakan.....	17
6. Ciri-Ciri Kebijakan Publik.....	20
7. Kebijakan Publik dan Kepentingan Publik.....	22
B. Pengertian Sistem dan Prosedur.....	24
C. Pajak Daerah.....	25
1. Pengertian Pajak Daerah.....	24
2. Azas Pemungutan Pajak.....	28
3. Sistem Pemungutan Pajak.....	29
D. Pajak Reklame.....	30
1. Pengertian Reklame dan Pajak Reklame.....	30
2. Subyek dan Obyek Pajak Reklame.....	31
E. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame.....	33
F. Dasar Pengenaan dan Tarif Pajak Reklame.....	34
BAB III. METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	36

B. Fokus Penelitian	36
C. Lokasi Penelitian	38
D. Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Instrumen Penelitian	41
G. Analisis Data	42

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....46

A. Hasil Penelitian	46
1. Gambaran Umum Kabupaten Nganjuk.....	46
1.1. Keadaan Geografis	46
1.2. Penduduk.....	47
1.3 Pendidikan.....	49
1.4. Pemerintahan.....	49
2. Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk	50
2.1. Visi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk.....	50
2.2. Misi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk	50
2.3. Tujuan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk	50
2.4. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk.....	51
2.5. Susunan Organisasi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk.....	55
2.6. Sumber Daya Manusia.....	57
3. Implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah	60
3.1. Sistem Pendaftaran, Pendataan, dan Penetapan Pajak Reklame	60
3.2. Sistem Pemungutan Pajak Reklame.....	64
3.3. Target dan Realisasi Pajak Reklame	71
3.4. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk.....	74
4. Kendala-Kendala yang Dihadapi dalam Implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame	78
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
1. Implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah	81
1.1. Sistem Pendaftaran, Pendataan, dan Penetapan Pajak Reklame	81
1.2. Sistem Pemungutan Pajak Reklame.....	85
1.3. Target dan Realisasi Pajak Reklame	89
1.4. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk.....	92

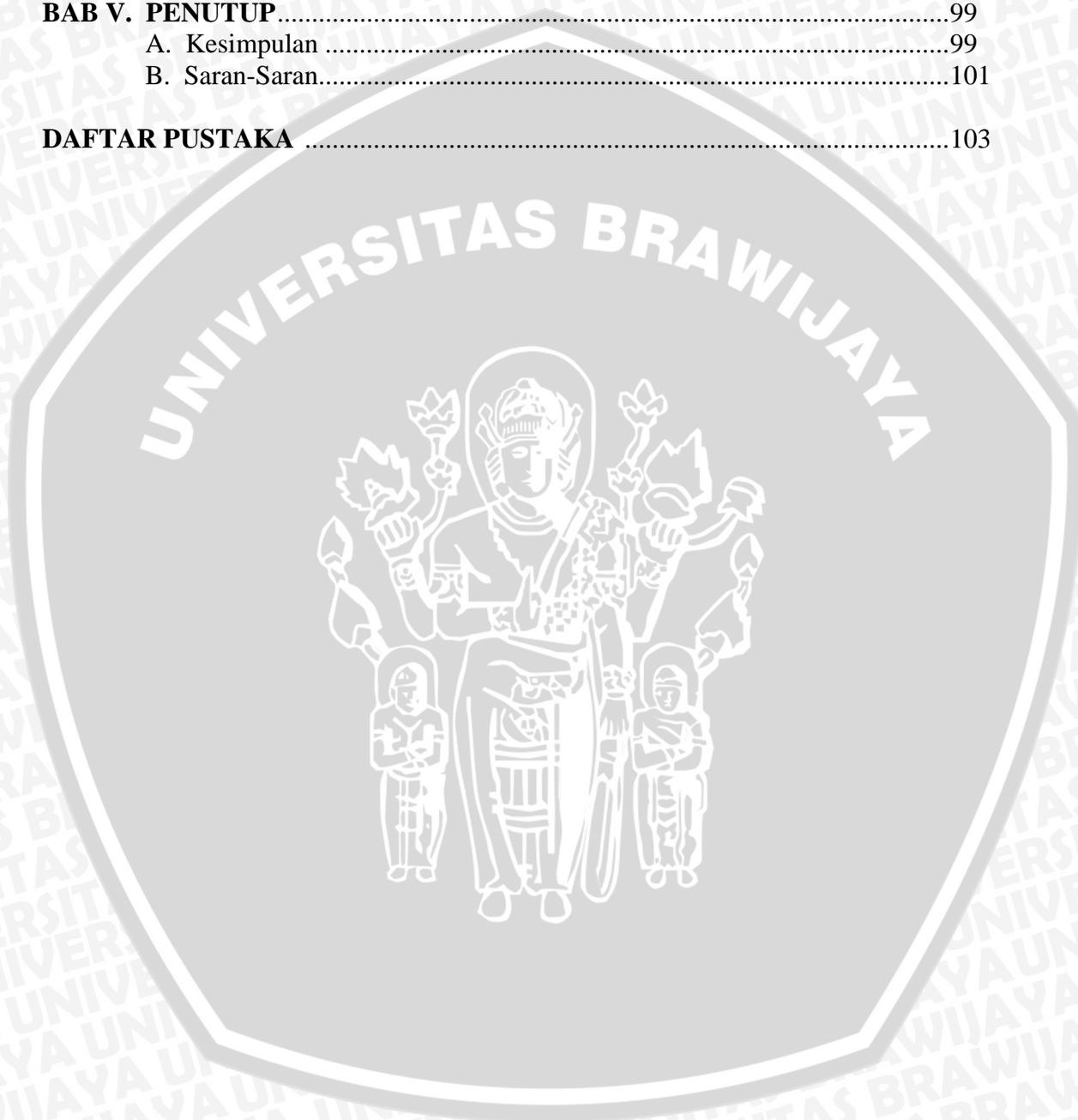
2. Kendala-Kendala yang Dihadapi dalam Implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame 94

BAB V. PENUTUP 99

A. Kesimpulan 99

B. Saran-Saran 101

DAFTAR PUSTAKA 103



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pembangunan yang sedang dilaksanakan oleh Negara kita di seluruh tanah air memerlukan biaya yang cukup besar, sehingga dalam hal ini tidak dapat dibebankan kepada pemerintah pusat saja melainkan harus dipikul bersama-sama dengan pemerintah daerah setempat di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Untuk itu kepada pemerintah daerah diberikan suatu wewenang dalam mengurus rumah tangganya sendiri. Tujuan peletakan kewenangan dalam penyelenggaran otonomi daerah adalah peningkatan kesejahteraan rakyat, pemerataan dan keadilan, demokratisasi dan penghormatan terhadap budaya lokal dan memperhatikan potensi dan keanekaragaman daerah.

Otonomi daerah merupakan upaya pemerdayaan daerah dalam pengambilan keputusan daerah secara lebih leluasa untuk mengelola sumber daya yang dimiliki sesuai dengan kepentingan, prioritas dan potensi daerah sendiri. Daerah otonom adalah kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai batas daerah tertentu, berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Hal inilah yang harus diperhatikan oleh pemerintah daerah setempat, karena adanya pemberlakuan Undang-Undang otonomi secara otomatis subsidi yang selama ini menjadi bagian

dari anggaran pendapatan daerah akan berkurang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Untuk meningkatkan pelaksanaan pembangunan dan pemberian pelayanan kepada masyarakat serta peningkatan pertumbuhan ekonomi di daerah, diperlukan penyediaan sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah yang hasilnya memadai. Untuk peningkatan penyediaan pembiayaan dari sumber tersebut antara lain, dilakukan dengan peningkatan kinerja pemungutan, penyempunnaan dan penambahan jenis pajak, serta pemberian keleluasaan bagi daerah untuk menggali sumber-sumber penerimaan khususnya dari sektor pajak daerah.

Sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan otonomi daerah yang luas, nyata dan bertanggung jawab, pembiayaan pemerintah dan pembangunan daerah yang berasal dari Pendapatan Asli Daerah, khususnya yang bersumber dari pajak daerah perlu ditingkatkan sehingga kemandirian daerah dalam hal pembiayaan penyelenggaraan pemerintah di daerah dapat terwujud.

Salah satu sumber Pendapatan Daerah dari sektor Pajak daerah yang dikelola oleh Dinas Pendapatan Kabupaten Nganjuk adalah pajak reklame. Dalam dunia bisnis maupun perdagangan banyak menggunakan reklame sebagai salah satu media untuk mempromosikan suatu produk. Reklame dapat diartikan sebagai benda, alat atau media yang menurut bentuk susunannya serta corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang dapat dilihat dan dibaca dari suatu tempat umum.

Perolehan penerimaan dari sektor pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang cukup potensial. Dalam pelaksanaannya masih menemui kendala-kendala sehingga penerimaan dari sektor pajak reklame masih belum berjalan secara efektif.

Dengan disahkan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk No. 03 tahun 2005 tentang pajak reklame diharapkan adanya suatu perubahan yang dapat meningkatkan pendapatan pajak reklame, dan transparansi serta kemudahan dalam pelaksanaan ijin penyelenggaraan reklame, pemungutan dan pendataan pajak reklame. Selain itu dengan berlakunya Perda tersebut dapat mencegah atau mengurangi kesemrawutan penataan reklame yang selama ini belum maksimal dalam pelaksanaannya sehingga dapat merusak pemandangan dan mengganggu bangunan yang lain. Adapun tarif yang ditentukan sebesar 25 % (dua puluh persen) dari nilai sewa pajak reklame. Sedangkan nilai sewa pajak reklame dihitung berdasarkan lokasi penempatan, jenis reklame, jangka waktu penyelenggaraan, ketinggian dan ukuran media reklame.

Dalam kenyataannya, reklame di Kabupaten Nganjuk masih belum dikelola secara maksimal. Mengingat wilayah Kabupaten Nganjuk yang luas dan letaknya cukup strategis sehingga cukup potensial dijadikan tempat untuk pemasangan reklame. Seperti yang terlihat di jalan-jalan di Kabupaten Nganjuk hampir sebagian reklame yang terpasang tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku baik berupa spanduk maupun papan reklame sehingga merusak pemandangan di sekitar reklame tersebut. Untuk ijin reklame juga mengalami permasalahan dimana prosedur yang

harus dilakukan terlalu berbelit-belit dan membutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit, hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suwandi karyawan sebuah Percetakan di Warujayeng Kecamatan Tanjunganom:

*“Ngurus ijin reklame yang Nganjuk suwi mas ora koyok yang Kediri cepet sedino langsung dadi (mengurus ijin di Nganjuk lama mas, tidak seperti di Kediri cepet satu hari selesai)”
(wawancara tanggal 15 Mei 2006 di tempat kerjanya)*

Selain itu masih banyaknya reklame (spanduk) liar yang pemasangannya tidak ada izinnnya yang dapat menyebabkan terjadinya masalah dalam pendapatan pajak daerah.

Dengan konsekuensi yang tersebut diatas maka Peraturan Daerah No. 03 tahun 2005 tentang pajak reklame diharapkan pendapatan dari sektor pajak reklame dapat meningkat dan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Nganjuk. Mengingat prosedur yang harus ditempuh dalam ijin reklame umumnya dianggap terlalu berbelit-belit dan tidak jelas, serta membutuhkan upaya yang tidak sedikit baik dalam bentuk waktu maupun biaya. Maka diperlukan suatu sistem pendataan dan pemungutan pajak reklame yang baik. Hal ini dikarenakan bahwa sistem pendataan dan pemungutan pajak reklame yang baik merupakan suatu tindakan yang preventif terhadap terjadinya penyelewengan atau penggelapan yang mungkin terjadi di dalam pendataan dan pemungutan pajak reklame tersebut. Sehingga pekerjaan tersebut dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Bertitik tolak dari uraian diatas maka perlu dikaji secara mendalam tentang implementasi pelaksanaan pemungutan pajak daerah khususnya dari sektor reklame.

B. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah yang dilihat dari dimensi sistem pendataan, dan pemungutan, target dan realisasi serta kontribusi pajak reklame terhadap PAD di Kabupaten Nganjuk.
2. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi pemerintah Kabupaten Nganjuk dalam implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Nganjuk.

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari latar belakang dan perumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian nantinya adalah:

1. Untuk mendeskripsikan implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah yang dilihat dari dimensi sistem pendataan, dan pemungutan, target dan realisasi serta kontribusi pajak reklame terhadap PAD di Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mendeskripsikan kendala-kendala yang dihadapi dalam implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Nganjuk.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat diharapkan untuk memperoleh gambaran mengenai implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Nganjuk

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan bagi dinas pendapatan Kabupaten Nganjuk sebagai bahan pertimbangan dalam mencari alternatif pemecahan masalah yang dihadapi.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang skripsi dibawah ini disampaikan pokok-pokok pembahasan yang terbagi atas lima bab, yaitu :

BAB I : Pendahuluan, berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sebagai penutup diberikan deskripsi singkat mengenai sistematika pembahasan.

BAB II : Tinjauan pustaka, berisi tentang landasan ilmiah sebagai dasar landasan berpijak yang digunakan dalam penyusunan skripsi. Disini dimuat pengertian kebijaksanaan, pengertian implementasi kebijakan, model-model implementasi kebijakan, pendekatan-pendekatan implementasi kebijakan, faktor pendukung dan penghambat proses implementasi

kebijakan, ciri-ciri kebijakan publik, kebijakan publik dan kepentingan publik, pengertian sistem dan prosedur, pengertian pajak daerah, azas pemungutan pajak, sistem pemungutan pajak, pengertian reklame dan pajak reklame, subyek dan obyek pajak reklame, dasar hukum pemungutan pajak reklame, dan dasar pengenaan dan tarif pajak reklame.

BAB III : Metodologi penelitian, berisi tentang jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisis data yang akan digunakan dalam menyusun skripsi ini.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan, berisi tentang inti dari penelitian, data-data yang diperoleh dari sumber data berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan dan gambaran umum lokasi penelitian kemudian analisis dari interpretasi data.

BAB V : Kesimpulan dan saran, yang merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang terdiri dari kesimpulan dari penelitian dan saran yang diberikan oleh peneliti atas hasil penelitian ini

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Dasar Implementasi Kebijakan

1. Pengertian Kebijaksanaan

Istilah *policy* (kebijakan) seringkali penggunaannya saling dipertukarkan dengan istilah-istilah lain seperti tujuan (*goals*), program, keputusan, undang-undang, ketentuan-ketentuan, usulan-usulan, dan rancangan-rancangan besar (Wahab, 2002: 2). Oleh karena itu untuk memperjelas makna dari kebijaksanaan, tersebut akan diperjelaskan beberapa pendapat mengenai pengertian kebijaksanaan.

Menurut Laswell (Dunn, 2003:2) bahwa suatu kebijakan merupakan hasil kaitan pengetahuan dalam proses kebijakan, yang terdiri dari anggota badan eksekutif, legislatif, dan yudikatif bersama warga negara yang memiliki peranan dalam pengambilan keputusan-keputusan publik. Kemudian Laswell dan Caplan (Islamy, 2004:15) mengutarakan kebijakan juga merupakan suatu program pencapaian tujuan nilai dan praktek. Sedangkan menurut PBB (*United Nation Organisation* dalam Wahab, 2002: 2):

“Kebijakan itu diartikan sebagai pedoman untuk bertindak, pedoman itu boleh jadi amat sederhana atau kompleks, bersifat umum atau khusus, luas atau sempit, kabur atau jelas, longgar atau terperinci, bersifat kuantitatif atau kualitatif, publik atau privat. Kebijakan dalam maknanya seperti itu berupa deklarasi, mengenai suatu pedoman bertindak suatu arah tindakan tertentu atau suatu rencana”.

Suatu kebijakan dapat pula dikatakan acuan atau dasar dalam menentukan suatu jenis aktifitas atau tindakan yang mengarah pada tujuan tertentu, yang bisa pula dijadikan arahan dalam memecahkan suatu permasalahan yang terdapat dalam proses pencapaian tujuan tersebut. Oleh karena itu, dalam setiap kebijakan harus dilihat terlebih dahulu perumusan masalahnya, agar kebijakan tersebut dapat menyelesaikan permasalahan dan mengatasi semua persoalan yang akan menjadikan tujuan dari kebijakan tersebut terhambat. Seperti yang dikemukakan oleh James E. Anderson (Islamy, 2004:17) yang menyatakan bahwa:

“Kebijakan sebagai serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seseorang atau sekelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah tertentu. Keputusan tersebut menjadi pedoman bagi para pelaksana kebijakan untuk bertindak dalam usaha mengatasi masalah-masalah baik publik ataupun organisasi. Bentuk penerapan kebijakan publik dapat berupa program atau proyek, peraturan perundang-undang, pelayanan publik maupun dapat berbentuk sebagai keputusan pemerintah untuk menghadapi suatu masalah tertentu”.

Friedrich (Wahab, 2004:3) juga mengatakan bahwa: “Kebijakan adalah suatu tindakan yang mengarah pada tujuan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam lingkungan tertentu sehubungan dengan adanya hambatan-hambatan tertentu seraya mencari peluang untuk mencapai tujuan atau mewujudkan sasaran yang diinginkan”. Berbagai konsep ini merupakan arahan yang dapat dijadikan perbedaan antara kebijakan dan kebijakan publik. Walaupun pengertian dari kebijakan publik tidak dapat ditarik secara jelas, terarah, dan memuaskan karena berbagai konsep mengenai kebijakan publik sangatlah luas pengertiannya, tetapi dapat diketahui bahwa antara definisi dari kebijakan publik mempunyai kaitan

sehingga dapat menjelaskan mengenai suatu Undang-undang atau kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan yang ada.

Selanjutnya dapat diketahui definisi dari kebijakan publik yang dikemukakan oleh Thomas R. Dye: 1978 (Islamy 2004:18) adalah: *“is whatever governments choose to do or not to do”* (apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan atau tidak dilakukan). Selanjutnya Dye mengatakan bahwa bila pemerintah memilih untuk melakukan sesuatu maka harus ada tujuannya (obyektifnya) dan kebijakan publik itu harus meliputi semua “tindakan” pemerintah jadi bukan semata-mata merupakan pernyataan keinginan perintah atau pejabat pemerintah saja. Disamping itu sesuatu yang tidak dilaksanakan oleh pemerintah pun termasuk kebijakan publik. Hal ini disebabkan karena “sesuatu yang tidak dilaksanakan” oleh pemerintah akan mempunyai pengaruh (dampak) yang sama besarnya dengan “sesuatu yang dilakukan” pemerintah.

Diungkapkan oleh Anderson (wahab, 2004:5), bahwa suatu kebijakan publik terkadang harus mengikuti cara pandang dan wacana yang diungkapkan oleh sekelompok aktor-aktor yang mempunyai pengaruh besar terhadap pengambilan keputusan dalam suatu negara. Dalam hal ini aktor-aktor tersebut bukan hanya dari pemerintah saja melainkan juga dari pihak swasta, kelompok kepentingan dan masyarakat yang akan menjadi dasar dalam perumusan kebijakan publik tersebut. Pandangan mengenai definisi dari kebijakan publik juga diungkapkan oleh Udoji: 1981 (Wahab,2004:5) bahwa : *“Kebijakan publik adalah “an sanctioned course of*

action addressed to a particular problem or group of related problems that affect society at large". ("Suatu tindakan bersanksi yang mengarah pada suatu tujuan tertentu yang diarahkan pada suatu masalah atau sekelompok masalah tertentu yang saling berkaitan yang mempengaruhi sebagian besar masyarakat").

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, maka suatu kebijakan publik sangat mempengaruhi pengambilan keputusan dan kebijakan publik sangat dipengaruhi oleh perkembangan yang ada dalam masyarakat. Kemudian Wahab (2004:8), mengatakan bahwa kebijakan dibuat oleh para pejabat pemerintahan untuk memberikan keabsahan, kewenangan, atau memberikan arah terhadap pelaksanaan kebijakan publik. Dalam hal ini dapat pula diketahui bahwa kebijakan memiliki suatu siklus atau lingkaran yang tidak terputus yang dimulai dari agenda setting, kemudian formulasi, implementasi, evaluasi, perubahan, dan kembali lagi ke agenda setting.

Bila melihat dari pengertian agenda setting, maka dapat dikatakan bahwa suatu kebijakan harus mampu untuk menganalisis kondisi awal dikeluarkannya kebijakan termasuk adanya isu-isu yang berkembang dalam masyarakat. Di dalam agenda setting terdapat dua model kebijakan yaitu model pluralis yang berarti dalam setiap perumusan kebijakan melibatkan masyarakat dan model elitis yang hanya melibatkan penguasa dalam merumuskan kebijakan tersebut. Kemudian formula kebijakan merupakan bentuk formal atau resmi dari kebijakan yang dikeluarkan yang akan berlaku dan bersifat mengikat bagi yang terkena kebijakan tersebut saat kebijakan tersebut dikeluarkan oleh penguasa. Sedangkan implementasi adalah

pelaksanaan dari kebijakan tersebut yang kemudian dalam kurun waktu tertentu dapat dievaluasi, untuk mengetahui apakah kebijakan tersebut layak atau tidak layak sehingga diperlukan adanya perubahan.

Islamy (2004:107) juga mengatakan bahwa suatu kebijakan publik menjadi efektif bila dilaksanakan dan mempunyai dampak positif bagi anggota-anggota masyarakat. Dengan kata lain, tindakan atau perbuatan manusia yang menjadi anggota masyarakat sesuai yang diinginkan oleh pemerintah atau negara. Dengan demikian, jika mereka tidak berbuat atau bertindak sesuai dengan keinginan pemerintah/negara itu, maka kebijakan publik menjadi tidak efektif.

2. Pengertian Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan adalah pelaksanaan dari kebijakan yang kemudian selama kurun waktu tertentu dapat dievaluasi apakah kebijakan tersebut layak atau tidak sehingga perlu adanya perubahan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1999:129), implementasi diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Dan menurut Kamus Webster (Wahab, 2004:65) secara singkat merumuskan implementasi yaitu *“to implement”* (mengimplementasikan) berarti *“to provide the means for carrying out”* (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu) *“to give practical effect to”* (menimbulkan dampak/ akibat terhadap sesuatu).

Selain itu pendapat Van Meter dan Van Horn: 1975 (Wahab, 2004: 65) merumuskan proses implementasi sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu/pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan yang telah digarisakan dalam keputusan kebijakan.

Lebih lanjut Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier (Wahab 2004: 65), menjelaskan makna implementasi ini dengan menyatakan:

“Memahami apa yang senyatanya terjadi sesudah sesuatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan merupakan fokus perhatian implementasi kebijakan, yakni kejadian-kejadian dan kegiatan-kegiatan yang timbul sesudah disahkan pedoman kebijakan publik yang menyangkut baik usaha-usaha untuk mengadministrasikannya maupun untuk menimbulkan akibat/dampak nyata pada masyarakat atau kejadian”.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi kebijakan itu sesungguhnya menyangkut tindakan atau perilaku badan-badan administratif yang bertanggung jawab untuk melaksanakan program dan menimbulkan ketaatan pada diri kelompok sasaran.

3. Model-Model Implementasi Kebijakan

Model kebijakan dalam implementasi kebijakan merupakan bentuk dari kebijakan tersebut dan mempunyai karakteristik sendiri-sendiri. Terdapat tiga model implementasi kebijakan yang terus berkembang dan akhirnya seringkali digunakan

dalam pola pelaksanaan kebijakan. Seperti yang dikemukakan Wahab (2004: 70-81), model-model tersebut antara lain:

1) Model yang dikembangkan oleh Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gunn yang dikenal dengan model “the top down approach”,

Dengan model ini, implementasi kebijakan dapat dilaksanakan dengan baik melalui syarat-syarat sebagai berikut:

- a. *Kondisi eksternal yang dihadapi oleh instansi/badan pelaksana tidak akan menimbulkan gangguan/kendala serius;*
- b. *Untuk melaksanakan program tersedia waktu dan sumber yang cukup memadai;*
- c. *Perpaduan sumber-sumber yang diperlukan benar-benar tersedia;*
- d. *Kebijakan yang akan diimplementasikan didasari oleh suatu hubungan kausalitas yang handal;*
- e. *Hubungan saling ketergantungan harus kecil;*
- f. *Hubungan kausalitas bersifat langsung dan hanya sedikit mata rantai penghubungnya;*
- g. *Pemahaman yang mendalam dan kesepakatan terhadap tujuan;*
- h. *Tugas-tugas harus terperinci dan ditempatkan dalam urutan yang tepat;*
- i. *Komunikasi dan koordinasi yang sempurna;*
- j. *Pihak-pihak yang memiliki wewenang kekuasaan dapat menuntut dan mendapatkan kepatuhan yang sempurna.*

Model ini lebih menekankan pada kebijakan aktor pelaksana dan kondisi yang mungkin terjadi dilapangan, sehingga dalam pelaksanaannya kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi telah dipersiapkan sedemikian rupa, sehingga pelaksana kegiatan program berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan.

2) Model yang dikembangkan oleh Van Meter dan Van Horn yang dikenal dengan model proses implementasi kebijakan.

Dengan model ini implementasi kebijakan dipandang sebagai prosedur-prosedur yang meliputi konsep-konsep seperti: perubahan, kontrol, dan kepatuhan bertindak. Model kebijakan ini juga mempunyai variabel yang saling berkait.

Variabel-variabel tersebut adalah:

- a. *Ukuran dan tujuan kebijakan;*
- b. *Sumber-sumber kebijakan;*
- c. *Ciri-ciri atau sifat instansi pelaksana;*
- d. *Komunikasi antar organisasi terkait dan kegiatan-kegiatan pelaksana;*
- e. *Sikap para pelaksana;*
- f. *Lingkungan ekonomi, sosial, politik.*

3) Model yang dikembangkan oleh Daniel Mazmanian dan Paul A. Sabatier yang disebut kerangka analisis implementasi;

Dalam model ini, implementasi kebijakan mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi tercapainya tujuan-tujuan formal pada keseluruhan proses implementasi. Variabel-variabel yang dimaksud dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori dasar, yaitu:

- a. *Mudah tidaknya masalah yang akan digarap dikendalikan;*
- b. *Kemampuan keputusan kebijaksanaan untuk menstrukturkan secara tepat proses implementasinya;*
- c. *Pengaruh langsung pelbagai variabel politik terhadap keseimbangan dukungan bagi tujuan yang termuat dalam keputusan kebijakan tersebut.*

Dari berbagai model kebijakan yang telah dijelaskan, maka penulis dalam hal ini menggunakan model kebijakan yang dikembangkan oleh Daniel Mazmanian dan Paul A. Sabatier, karena model kebijakan tersebut sangat menyangkut tentang analisis sebuah implementasi sesuai dengan implementasi kebijakan mengenai pajak reklame dalam penulisan skripsi ini.

4. Pendekatan-Pendekatan Implementasi Kebijakan

Adapun dalam pengimplementasikan kebijakan dapat menggunakan beberapa pendekatan. Pendekatan-pendekatan tersebut sebagai acuan dalam implementasi kebijakan dengan melihat situasi dan kondisi dimana kebijakan akan diimplementasikan. Dalam hal pendekatan implementasi kebijakan ini, Wahab (2004: 110-118) mengemukakan beberapa pendekatan yang sering kali digunakan, antara lain:

1) Pendekatan structural (*structural approaches*);

Pendekatan ini menganggap bahwa kepercayaan terhadap prinsip-prinsip universal dan organisasi yang baik kini harus diubah, yakni perhatian pada keyakinan bahwa struktur organisasi tertentu hanya cocok pada tipe tugas dan lingkungan tertentu pula.

2) Pendekatan prosedural dan manajerial (*procedural and managerial approaches*);

Pendekatan ini adalah pendekatan terhadap prosedur-prosedur manajerial beserta teknik-teknik manajemen yang relevan. Di sini implementasi dipandang sebagai masalah manajerial, dimana prosedur-prosedur yang dimaksud diantaranya yang menyangkut penjadwalan, perencanaan, dan pengawasan. Pendekatan ini memungkinkan untuk memperkirakan secara tepat jangka waktu penyelesaian tiap-tiap tugas, dengan jalan memonitor setiap peluang waktu yang ada bagi penyelesaian tugas dalam jaringan kerja.

3) Pendekatan Keperilakuan (*behavioral approaches*);

Pendekatan keprilakuan adalah suatu pendekatan yang lebih memusatkan pada perilaku manusia beserta segala sikapnya harus pula dipengaruhi kalau kebijaksanaan ingin dapat diimplementasikan dengan baik. Pendekatan keprilakuan diawali dengan suatu kesadaran bahwa sering kali terdapat kebijakan yang baru dikeluarkan, oleh karena itu harus menjelaskan sejak awal tentang alasan, tujuan, sasaran, dan perlu juga mempersiapkan sarana yang diperlukan serta musyawarah sehingga dapat memberikan pengertian yang mendalam dan akhirnya kebijaksanaan tersebut mendapat dukungan. Tujuan pendekatan ini untuk menciptakan suasana saling percaya, terutama dengan cara pihak pemimpin menunjukkan perhatian yang besar terhadap kepentingan orang-orang atau masyarakat banyak.

Dari berbagai pendekatan yang telah dijelaskan diatas, maka dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan keprilakuan atau pendekatan perilaku (*behavioral approaches*). Hal ini dapat dilihat dari kebijakan mengenai sistem dan pendataan pajak reklame yang dilaksanakan para aktor-aktor implementator yang mempunyai tugas dan kewenangan secara khusus dalam menangani masalah pajak reklame di Kabupaten Nganjuk.

5. Faktor Pendukung dan Penghambat Proses Implementasi Kebijakan

Implementasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan-tujuan yang telah dipilih dan ditetapkan menjadi kenyataan, atau dengan kata lain penerapan

perencanaan ke dalam praktek. Namun tidak semua program yang diimplementasikan dapat berlangsung dengan lancar dan efektif. Gejala ini menurut Andrew Dunsire (Wahab, 2004: 61) dinamakan *Implementation gap*, sebagai suatu keadaan dimana dalam proses kebijakan selalu akan terbuka kemungkinan terjadinya perbedaan apa yang diharapkan (direncanakan) oleh pembuat kebijakan dengan apa yang senyatanya dicapai (sebagai hasil atau prestasi dari pelaksanaan kebijakan).

Menurut Walter Williams (Wahab, 2004: 61), besar kecilnya tersebut sedikit banyak akan tergantung pada suatu hal yang disebut *Implementation capacity* dari organisasi atau kelompok organisasi atau aktor yang dipercaya untuk mengemban tugas mengimplementasikan kebijakan tersebut. *Implementation capacity* tidak lain adalah kemampuan suatu organisasi/aktor untuk melaksanakan keputusan kebijakan (*policy decision*) sedemikian rupa sehingga ada jaminan bahwa tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan dalam dokumen kebijakan dapat dicapai. Sedangkan Anderson (1979: 114) mengemukakan faktor pendukung pelaksanaan suatu kebijakan yaitu:

“Sebab-sebab anggota masyarakat melaksanakan suatu kebijakan, yaitu : a) respek anggota masyarakat terhadap otoritas dan keputusan-keputusan badan-badan pemerintah; b) Adanya kesadaran untuk menerima kebijakan; c) Adanya keyakinan bahwa kebijakan itu dibuat secara sah, konstitusional dan dibuat oleh pejabat pemerintah yang berwenang melalui prosedur yang telah ditetapkan; d) Sikap menerima dan melaksanakan kebijakan publik karena kebijakan-kebijakan kontroversial yang lebih banyak mendapatkan penolakan warga masyarakat dalam pengimplementasiannya”.

Kemudian Islamy (2004: 107) mengatakan bahwa suatu kebijakan publik menjadi efektif bila dilaksanakan dan mempunyai dampak positif bagi anggota-anggota masyarakat. Dengan kata lain, tindakan atau perbuatan manusia yang

menjadi anggota masyarakat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemerintah atau negara. Kemudian Soekarno (2000: 186-187) menjelaskan lebih lanjut:

“Faktor-faktor yang dapat mendukung keberhasilan pelaksanaan kebijakan, yaitu: a) Persetujuan, dukungan dan kepercayaan masyarakat; b) Isi dan tujuan kebijakan haruslah dimengerti secara jelas terlebih dahulu; c) Pelaksanaan harus mempunyai cukup informasi, terutama mengenai kondisi dan kesadaran masyarakat yang menjadi kelompok sasaran; d) pembagian pekerjaan yang efektif dalam pelaksanaan; e) Pembagian kekuasaan dan wewenang yang rasional dalam pelaksanaan kebijakan; f) Pemberian tugas-tugas dan kewajiban-kewajiban yang memadai dalam pelaksanaan kebijakan.

Sedangkan faktor penghambat dalam kebijakan dalam hal ini, Hogwood dan Dunn dalam Wahab (2004: 48) membagi 2 kategori :

1. *Non Implementation*, mengandung arti bahwa semua kebijakan tidak dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana, karena di pengaruhi oleh banyak faktor seperti kerjasama, penguasaan, permasalahan atau wilayah permasalahan yang di luar jangkauan kewenangan dan informasi dalam bekerja.
2. *Unsuccesfull Implementation*, mengandung arti bahwa semua kegiatan telah dilaksanakan sesuai dengan rencana, namun dipengaruhi oleh kondisi/faktor eksternal yang ternyata tidak menguntungkan.

Pada umumnya, kebijakan yang memiliki resiko untuk gagal disebabkan oleh faktor-faktor : “Pelaksanaannya jelek (*bad execution*), kebijakannya sendiri memang jelek (*bad policy*) atau kebijaksanaan itu itu bernasib jelek (*bad luck*)” (Wahab, 2004: 62)

Islamy Islamy (2004: 36) menambahkan beberapa hal yang menyebabkan kegagalan dalam implementasi kebijakan (*unintended effect*), meliputi :

1. Keterbatasan sumber
2. Kesalahan administrasi negara
3. Pertimbangan sejumlah kecil faktor dan tidak mencakup problem yang kompleks
4. Respon masyarakat terhadap kebijakan negara dengan cara-cara mereka sendiri
5. Tujuan kebijakan bertentangan dengan kebijakan lain
6. Biaya pemecahan lebih besar dari biaya yang ditimbulkan permasalahan itu sendiri
7. Masalah-masalah publik yang sulit dipecahkan secara tuntas
8. Terjadi perubahan sifat permasalahan ketika kebijakan sedang dirumuskan atau dilaksanakan
9. Terdapat masalah-masalah baru yang lebih menarik

Dari berbagai faktor di atas, maka dapat dijelaskan bahwa dalam kebijakan yang dirancang dalam suatu program pembangunan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik itu faktor manusianya dalam hal ini aparat pemerintah maupun masyarakat, faktor alam dan juga faktor lingkungan.

6. Ciri-ciri Kebijakan Publik

Seperti yang diungkapkan oleh Easton (Wahab, 2004: 5-7), bahwa suatu kebijakan publik bersumber pada kenyataan yang terdapat pada perumusan kebijakan itu sendiri, yang dirumuskan oleh orang-orang yang memiliki kewenangan dalam sistem politik, para eksekutif, legislator, hakim dan administrator. Dalam setiap kebijakan publik terdapat tanggung jawab terhadap masyarakat yang harus diperhatikan untuk mengambil tindakan-tindakan tertentu sepanjang tindakan tersebut masih berada dalam batas-batas peran dan kewenangan mereka, sehingga

setiap kebijakan tidak akan berdampak buruk terhadap perkembangan yang akan terjadi dalam masyarakat.

Hal ini juga seperti yang diungkapkan oleh Wahab (2004:6-7), bahwa kebijakan publik memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Kebijakan publik lebih merupakan tindakan yang mengarah pada tujuan daripada sebagai perilaku atau tindakan serba acak atau kebetulan. Kebijakan publik dalam sistem-sistem politik modern yang pada umumnya bukanlah merupakan tindakan yang serba kebetulan, melainkan tindakan yang direncanakan.
- 2) 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. Hal ini dapat dilihat dari kebijakan yang ada pada sebuah undang-undang dalam bidang tertentu, melainkan pula diikuti dengan keputusan-keputusan yang bersangkutan paut dengan implementasi dan pemaksaan pemberlakuan.
- 3) Kebijakan bersangkutan paut dengan apa yang senyatanya dilakukan oleh pemerintah dalam bidang-bidang tertentu. Hal ini berkenan juga dengan tindakan yang bersifat konkrit untuk dilakukan oleh pemerintah dalam merealisasikan kebijakannya.
- 4) Kebijakan publik mungkin berbentuk positif, mungkin pula bersifat negatif. Apabila dalam bentuk positif, maka kebijakan publik mungkin akan mencakup

beberapa bentuk tindakan pemerintah yang dimaksud untuk mempengaruhi masalah-masalah tertentu, sementara dalam bentuk negatif, kemungkinan meliputi keputusan-keputusan pejabat-pejabat pemerintah untuk bertindak, atau tidak melakukan tindakan apapun dalam masalah-masalah di mana campur tangan pemerintah justru diperlukan.

Wahab (2004: 7) juga menambahkan bahwa kebijakan publik pada umumnya dibuat dalam bentuk yang positif, yang berdasarkan pada kewenangan tertentu dan masyarakat menerima sebagai suatu yang absah dan bersifat mengikat (*community as a whole*). Dan kebijakan publik seperti itu hanya dimiliki oleh pemerintah saja dan tidak dimiliki oleh kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh organisasi-organisasi swasta.

Dengan demikian, kebijakan publik yang diambil oleh pemerintah sangat berdampak pada masyarakat baik secara keseluruhan maupun sebagaimana masyarakat, karena setiap kebijakan yang ditetapkan adalah cerminan dari keinginan dan harapan dari masyarakat.

7. Kebijakan Publik dan Kepentingan Publik

Seperti yang diketahui, bahwa setiap kebijakan akan membawa dampak baik besar maupun kecil terhadap perkembangan masyarakat. Semua itu tidak terlepas dari adanya kebijakan publik dan kepentingan publik. Seperti yang diungkapkan oleh Islamy (2004: 10) bahwa:

“Menurut konsep demokrasi modern, kebijakan publik tidaklah hanya berisi cetusan pikiran atau pendapat para pejabat yang mewakili rakyat, tapi opini publik (public opinion) juga mempunyai porsi yang sama besarnya untuk didisikan (tercermin) dalam kebijakan-kebijakan publik. Setiap kebijakan harus selalu berorientasi pada kepentingan publik (public interest)”.

Dari pengertian diatas, maka dapat diketahui bahwa suatu kebijakan itu harus selalu mampu mewujudkan segala tindakan-tindakan negara, untuk itu sangat diharapkan adanya peran pemerintah dalam melakukan pelayanan terhadap semua kepentingan publik. Dengan demikian, kebijakan publik harus lebih peka terhadap kepentingan masyarakat umum, sehingga hal inilah yang mampu memberi gambaran yang jelas antara hubungan dengan pemerintah dengan masyarakat dalam menjalankan semua sistem kewarganegaraan dan tujuan-tujuan publik untuk menjadikan kebijakan yang akan dilahirkan mempunyai nilai yang sangat penting dan bernilai.

Dengan adanya nilai dan tolak ukur tersebut, maka bisa dijadikan dasar dalam menciptakan hubungan yang harmonis, terbuka, responsif, dan partisipatif antara pemerintah dan masyarakat. Karena dengan terciptanya hubungan yang baik, tentu saja akan tercipta suatu kebijakan yang baik pula, karena hal itu sangat berpengaruh terhadap kegiatan pemerintahan dengan masyarakat terjadi sebaliknya, maka pemerintah atau negara tidak dapat mengetahui keinginan dari masyarakat dan tidak mampu menyerap kepentingan publik, sehingga pada akhirnya kebijakan publik yang dihasilkan akan jauh dari keinginan atau kebutuhan masyarakat.

Dengan beberapa uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa suatu nilai yang dapat diambil dari pemahaman mengenai kebijakan publik, bahwa kebijakan publik merupakan wujud dari tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Maka dengan demikian, setiap kebijakan publik yang akan diterapkan harus berdasarkan kepada kepentingan publik.

B. Pengertian Sistem dan Prosedur

Untuk memahami kebutuhan informasi, baik bagi pihak intern maupun ekstern, maka perlu direncanakan suatu sistem dan prosedur agar hasilnya dapat memenuhi keinginan dari pihak yang membutuhkan. Pengertian sistem dan prosedur antara yang satu dengan yang lainnya tidaklah sama, hal ini terjadi karena ditinjau dari sudut pandang yang berbeda sesuai dengan kepentingan masing-masing pihak. Ada beberapa pendapat tentang sistem dan prosedur.

Pengertian sistem dan prosedur menurut W. Gerald Coke yang dikutip oleh Baridwan (1991: 3) yang artinya sebagai berikut:

Sistem adalah suatu kerangka dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan yang disusun sesuai dengan suatu skema yang menyeluruh, untuk melaksanakan suatu kegiatan atau fungsi utama dari perusahaan. Prosedur adalah suatu urutan pekerjaan kerani (clerical), biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi permasalahan yang terjadi.

Adapun menurut Mulyadi, (1993: 6) adalah:

Sistem adalah suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan. Prosedur adalah suatu kegiatan urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang.

Dari definisi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa suatu sistem terjadi dari jaringan prosedur, sedangkan prosedur merupakan urutan kegiatan klerikal. Kegiatan klerikal (clerical operating) terdiri dari kegiatan sebagai berikut, yaitu: untuk mencatat informasi dalam formulir, buku jurnal, dan buku-buku besar. Dan menurut Mulyadi (1993: 6) terjadi dari kegiatan: menulis, menggandakan, menghitung, memberi kode, mendaftar, memindah dan membandingkan.

Berkenaan dengan administrasi sistem dan prosedur pajak reklame, secara umum sudah diatur dalam keputusan menteri dalam negeri nomor 43 tahun 1999 tentang sistem dan prosedur administrasi pajak reklame, retribusi daerah dan penerimaan pendapatan lain-lain. Di dalam keputusan menteri dalam negeri tersebut diatur mulai dari pendaftaran, pendataan, penetapan, dan pemungutan serta pelaporan pajak dan retribusi serta pendapatan daerah yang lain.

C. Pajak Daerah

1. Pengertian Pajak Daerah

Seperti yang tertulis dalam pasal 1 undang-undang no 34 tahun 2000, pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada

daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah.

Pengertian yang senada juga diungkapkan oleh Rochmat Soemitro sebagaimana yang dikutip Mardiasmo (2002:1) mengatakan: Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan iuran kepada negara yang dapat diartikan sebagai suatu kewajiban dan apabila kewajiban tersebut tidak dilaksanakan maka dapat dipaksakan melalui undang-undang.

Djajadiningrat sebagaimana yang dikutip oleh Munawir (1992: 2) memberikan pengertian pajak secara luas, bahwa:

“Pajak sebagai suatu kewajiban, menyerahkan sebagaian kekayaan kepada negara disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan-peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan tetapi tidak ada jasa timbal dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan umum”.

Dari definisi-definisi diatas dapat ditarik suatu kesimpulan tentang ciri-ciri yang melekat pada pengertian pajak sebagai berikut:

1. pajak dipungut oleh negara (baik oleh pemerintah pusat maupun daerah) yang dapat dipaksakan berdasarkan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

2. dalam pemungutan pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontra-prestasi individu oleh pemerintah (tidak adanya hubungan langsung antara jumlah pembiayaan pajak dengan imbalan jasa secara individu).
3. pajak dipergunakan bagi pembayaran pengeluaran negara.
4. pajak dipungut disebabkan oleh adanya suatu keadaan, perbuatan, kejadian, atau peristiwa yang memberikan kedudukan tertentu pada seseorang.

Bertitik tolak pada pengertian diatas, pajak merupakan suatu alat yang digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran rutin yang wewenang pemungutannya hanya dapat dilakukan oleh pemerintah (pusat maupun daerah) dan dapat dipungut apabila sudah ada undang-undangnya.

Berdasarkan ruang lingkup kewenangannya pajak dapat dibedakan menjadi dua golongan yaitu:

1. pajak negara atau pajak pusat
yaitu pajak yang dipungutnya oleh pemerintah pusat yang penyelenggaraan pemungutannya di daerah-daerah dilakukan oleh kantor pelayanan pajak dan hasilnya digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya. Pajak-pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat antara lain: pajak penghasilan, pajak bumi dan bangunan, pajak pertambahan nilai atas barang dan jasa, bea materai, pajak ekspor, pajak minyak bumi.
2. pajak daerah

yaitu pajak yang pemungutannya berada pada pemerintah daerah baik tingkat propinsi, kabupaten dan kotamadya yang hasil pemungutannya digunakan untuk membiayai rumah tangga daerahnya, misalnya pajak kendaraan bermotor, pajak reklame, pajak hiburan, pajak hotel, dan pajak restoran.

2. Azas Pemungutan Pajak

Agar pelaksanaan pajak negara maupun pajak daerah berjalan secara efisien dan efektif, maka diperlukan penerapan azas pemungutan pajak secara baik dan benar. Menurut Adam Smith sebagaimana dikutip oleh Setu Setiawan dan Eny Suprasti (2002: 2) bahwa terdapat empat azas pokok yaitu:

1. Azas Keadilan dan Merata (*equality*) yaitu adil dan merata artinya pemungutan pajak yang dilakukan wajib pajak harus sebanding dengan kemampuan membayar pajak dan dengan manfaat yang diterimanya.
2. Azas Kepastian (*Certainty*) yaitu penetapan besarnya pajak yang dibebankan kepada wajib pajak tidak sewenang-wenang, oleh karena itu wajib pajak harus mengetahui dasar perhitungan pajak, kapan harus dibayar dan batas pembayarannya.
3. Azas Ketepatan (*Convencience*) yaitu dalam pemungutan pajak sebaiknya memperhatikan saat-saat wajib pajak tidak mengalami kesulitan membayar pajak, misalnya pajak dipungut pada saat wajib pajak memperoleh penghasilan.

4. Azas Ekonomi (*Economy*), yaitu Azas dalam pemungutan pajak harus memperhatikan biaya dan perolehan pajak, sehingga pemungutan pajak harus efisien sesuai dengan fungsi pajak.

3. Sistem Pemungutan Pajak

Selain penerapan azas pemungutan pajak, sistem pemungutan pajak juga perlu diperhatikan agar pemungutan pajak berjalan secara efektif dan efisien. Pada dasarnya terdapat tiga sistem pemungutan pajak, yaitu:

1. *Official assessment system* yaitu suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang.
2. *Self assessment system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepercayaan dan tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, melaporkan, dan membayar sendiri besarnya pajak yang harus dibayar.
3. *With holding system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong atau menghitung besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak.

Perkembangan lebih lanjut dengan diberlakukan otonomi daerah, maka dikeluarkan undang-undang nomor 34 tahun 2000 tentang pembahasan atas undang-

undang nomor 18 tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah yang mana dalam pasal 2 menyebutkan bahwa:

1. Jenis pajak propinsi terdiri dari:
 - a) pajak kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air
 - b) bea balik nama kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air
 - c) pajak bahan bakar kendaraan bermotor
 - d) pajak pengambilan dan pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan
2. Jenis pajak kabupaten/kota terdiri dari:
 - a) pajak hotel
 - b) pajak restoran
 - c) pajak hiburan
 - d) pajak reklame
 - e) pajak penerangan jalan
 - f) pajak pengambilan bahan galian golongan c
 - g) pajak parker

D. Pajak Reklame

1. Pengertian reklame dan Pajak reklame

Pajak reklame merupakan salah satu pendapatan daerah. Menurut peraturan daerah nganjuk nomor 03 tahun 2005 pasal I bab I poin (6) tentang pajak reklame menyebutkan:

Reklame adalah benda, alat atau perbuatan atau media yang menurut bentuk 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 dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah

Jadi pajak reklame yang selanjutnya disebut pajak adalah pemungutan daerah atas penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh wajib pajak.

2. Subyek dan Obyek pajak reklame

Pajak reklame merupakan pajak daerah yang pemungutannya telah ditentukan, serta unsur pelaksana atau implementator dari peraturan daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame adalah Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk. Untuk itu telah ditentukan subyek dan wajib pajak reklame serta Obyek pajak reklame.

Menurut peraturan daerah Kabupaten Nganjuk nomor 03 tahun 2005 pasal 8 bab III poin (1) tentang pajak reklame menyebutkan bahwa: Subyek pajak dan Wajib pajak adalah orang pribadi dan atau badan yang menyelenggarakan pemasangan reklame. Sedangkan Obyek pajak reklame, pada pasal 6 bab III poin (2) menyebutkan bahwa: Obyek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame.

Obyek pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi :

- 1) Reklame Megatron/Videotron/Large Elektronik Display (LED) adalah alat reklame yang menggunakan sarana elektronik layar gambar untuk memperkenalkan/memamerkan barang atau jasa dalam ukuran yang besar.
- 2) Reklame Papan/Billboard adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, termasuk fiberglass, kaca, batu, logam, alat penyinar

atau bahan lain yang sejenis yang bersinar apabila dipandang pada tempat yang disediakan/berdiri sendiri baik itu berupa papan bertiang maupun tidak bertiang.

- 3) Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan dari kain termasuk plastik, karet atau bahan lain yang sejenis yang dapat berbentuk umbul-umbul dan spanduk
- 4) Reklame Melekat (sticker) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas dan diselenggarakan dengan cara ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda atau tempat milik pribadi atau pihak lain.
- 5) Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas dan diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta langsung.
- 6) Reklame Berjalan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang digerakkan oleh hewan, manusia atau tenaga mekanik/mesin yang dibawa berkeliling
- 7) Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan balon udara, pesawat udara atau alat yang sejenis.
- 8) Reklame Suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh alat perantara elektronik atau alat lainnya.
- 9) Reklame Film/Slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan lain yang sejenis sebagai

alat yang diproyeksikan dan atau diperagakan pada layar atau benda lain, seperti di Bioskop/Sineplex/Studio Film.

10) Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang/jasa secara langsung dihadapan orang banyak.

11) Rumah Reklame/Shop Painting adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menuliskan, menggambar/melukis suatu produk barang/jasa pada sebuah bangunan.

Dikecualikan dari obyek pajak adalah

1. Penyelenggaraan reklame oleh pemerintah pusat, propinsi dan pemerintahan daerah.
2. Penyelenggaraan reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan dan sejenisnya.
3. Penyelenggaraan reklame yang hanya memuat nama dan tempat ibadah, lembaga pendidikan dan partai politik.

E. Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

1. Undang-undang nomor 18 tahun 1997 tentang pajak daerah retribusi daerah.
2. Undang-undang nomor 34 tahun 2000 tentang perubahan atas undang-undang nomor 18 tahun 1997 tentang pajak daerah retribusi daerah.
3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan daerah

4. Keputusan menteri dalam negeri nomor 170 tahun 1997 pedoman dan tata cara pemungutan pajak daerah
5. Keputusan menteri dalam negeri nomor 81 tahun 1996 tentang pola tarif pajak reklame
6. Peraturan daerah kabupaten nganjuk nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame.

F. Dasar pengenaan dan tarif pajak reklame

1. Dasar pengenaan pajak adalah dilihat dari Nilai Sewa Reklame.
2. Nilai sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada nomor (1) dihitung berdasarkan lokasi penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan, ketinggian dan ukuran media reklame.
3. Ketentuan mengenai Nilai Sewa dan hasil perhitungan nilai sebagaimana dimaksud pada nomor (1) diatur lebih lanjut dengan Peraturan Bupati.
4. Tarif pajak ditetapkan sebesar 25 % (dua puluh lima persen).

BAB III

METODE PENELITIAN

Secara umum kata metode mengandung pengertian sebagai suatu cara kerja. Koenjaraningrat dalam bukunya metode penelitian masyarakat (1990: 10) memberikan batasan secara ilmiah sebagai berikut: metode menyangkut cara kerja yaitu cara kerja untuk memahami obyek yang menjadi sasaran umum yang bersangkutan.

Sedangkan yang dimaksud penelitian oleh Marzuki (1987: 5) didefinisikan bahwa: mengembangkan, menguji kebenaran dengan cara atau kegiatan mengumpulkan, mencatat dan menganalisa, data, informasi keterangan yang dikerjakan dengan sabar, hati-hati sistematis dan berdasarkan ilmu pengetahuan (dengan metode ilmiah).

Dengan melihat pendapat diatas, maka pada hakekatnya metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan, mencatat dan menganalisa data secara kritis, terencana dan sistematis yang tujuannya untuk memecahkan sesuatu permasalahan. Adapun langkah yang diperlukan adalah menentukan jenis, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, teknik penumpulan data, instrument penelitian, dan analisa data.

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode analisis kualitatif. Penelitian deskriptif menurut Faisal (1993: 18) adalah: suatu penelitian yang sekedar untuk melukiskan dan mendeskripsikan (deskripsi) sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit-unit yang diteliti, tanpa mempersoalkan hubungan antara variabel-variabel (yakni menjalin antar variabel), sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat maupun situasi-situasi tertentu termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari fenomena.

Alasan penggunaan jenis penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame oleh Dinas Pendapatan Daerah di Kabupaten Nganjuk.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian digunakan untuk membantu dalam pelaksanaan penelitian, sebab dengan menentukan fokus penelitian secara tepat sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian sehingga penelitian bisa dilakukan secara terarah dan dapat mencapai hasil yang diinginkan. Fokus penelitian menurut Moleong (2000: 37)

sangat diperlukan dalam kegiatan penelitian karena peranan fokus suatu penelitian memiliki dua tujuan:

1. Penetapan fokus penelitian akan membahas studi yang dibahas oleh peneliti.
2. Penetapan fokus penelitian berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi-eksklusi (memasukkan mengeluarkan) suatu informasi yang diperoleh dilapangan dengan bimbingan dan arahan suatu fokus, seorang peneliti tahu persis data/informasi apa yang akan dikumpulkan, dan data/informasi mana yang walaupun menarik karena tidak revelen, tidak perlu dimasukkan kedalam sejumlah data yang sudah dikumpulkan.

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitiannya adalah:

1. Implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah meliputi:
 - a. Sistem pendaftaran, pendataan, dan penetapan pajak reklame
 - b. Sistem pemungutan pajak reklame
 - c. Target dan realisasi
 - d. Kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah
2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam implementasi Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame dalam menunjang Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Nganjuk.

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Yang dimaksud dengan lokasi adalah tempat peneliti melakukan penelitian yaitu di Kabupaten Nganjuk. Alasan pemilihan ini karena banyak reklame (baik papan reklame atau spanduk) yang dipasang di wilayah Kabupaten Nganjuk sebagai kota transit yang menghubungkan kota besar lainnya di Jawa Timur. Karenanya pemasukan daerah melalui sektor pajak reklame tentunya cukup besar. Seperti yang terjadi saat ini banyak toko, warung, perusahaan besar maupun kecil, baik di dalam maupun luar Kabupaten Nganjuk berusaha untuk mengembangkan usahanya dengan cara memasang reklame di Kabupaten Nganjuk. Sedangkan situs penelitian adalah merupakan tempat dimana peneliti dapat menangkap keadaan sebenarnya dari obyek yang akan diteliti. Oleh karena itu yang menjadi situs dalam penelitian ini adalah kantor Dinas Pendapatan Kabupaten Nganjuk.

D. Sumber Data

Menurut Arikunto (1990: 116) menyatakan bahwa sumber data adalah benda atau orang, tempat peneliti mengamati, membaca atau bertanya tentang data secara umum, sumber data yang dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yang disingkat dengan 3 P yaitu:

1. Person (orang) tempat peneliti bertanya mengenai variabel yang diteliti. Dalam hal ini yang dijadikan informan untuk diwawancarai adalah Kepala Dinas

Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yaitu Bapak Drs. Pudjiyanto, Kepala subdin pendaftaran dan pendataan Bapak Drs. Suhartadi, seksi pendaftaran dan pendataan Bapak Mudjiyanto, seksi pelaporan Ibu Dra. Hetty Eloza dan staf yang lain pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk.

2. Paper (kertas), berupa dokumen, arsip, pedoman surat keputusan dan sebagainya tempat peneliti membaca dan melengkapi sesuatu yang berhubungan dengan data penelitiannya. Hal ini Dokumen yang dicatat antara lain: dokumen laporan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk, target dan realisasi pajak reklame, Perda No. 03 tahun 2005 tentang pajak reklame, struktur susunan organisasi serta arsip sistem pendaftaran, pendataan dan penetapan, SPTPD, SKPD yang ada di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yang ada hubungannya dengan sistem dan pendataan pemungutan pajak reklame, laporan target dan realisasi pendapatan asli daerah.
3. Place (tempat), berupa ruang, laboratorium (yang berisi perlengkapan), bengkel, kelas dan sebagainya tempat berlangsungnya suatu kegiatan yang berhubungan dengan penelitian. Untuk hal ini tempat kegiatan penelitiannya adalah Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk serta beberapa pasar yang ada di Kabupaten Nganjuk yang dijadikan salah satu tempat pemasangan reklame seperti pasar Warujayeng, pasar Prambon, dan pasar Nganjuk.

E. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang telah dilakukan, dan adapun dalam kegiatan-kegiatan pengumpulan data, teknik yang dipergunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Observasi (pengamatan), dilaksanakan dengan melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian. Dimana dalam melakukan penelitian ini, di Kantor Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk serta pengamatan di pasar-pasar, jalan-jalan Kabupaten Nganjuk untuk melihat reklame yang dipasang oleh wajib pajak.
2. Interview (wawancara), dilakukan dengan melakukan wawancara dengan beberapa orang informan yang ditetapkan dengan subyek penelitian sesuai dengan permasalahan yang telah ditetapkan pada fokus penelitian. Dalam hal ini yang dijadikan informan untuk diwawancarai adalah Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yaitu Bapak Drs. Pudjianto, Kepala subdin pendaftaran dan pendataan Bapak Drs. Suhartadi, seksi pendaftaran dan pendataan Bapak Mudjianto, seksi pelaporan Ibu Dra. Hetty Eloza dan staf yang lain pada Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk.
3. Dokumentasi, dilaksanakan dengan melakukan pencatatan terhadap berbagai dokumen, petunjuk pelaksana maupun petunjuk teknis yang berhubungan dengan aspek-aspek di dalam fokus penelitian. Hal ini Dokumen yang dicatat antara lain:

dokumen laporan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk, target dan realisasi pajak reklame, Perda No. 03 tahun 2005 tentang pajak reklame, struktur susunan oraganisasi serta arsip sistem pendaftaran, pendataan dan penetapan, SPTPD, SKPD yang ada di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yang ada hubungannya dengan sistem dan pendataan pemungutan pajak reklame, laporan target dan realisasi pendapatan asli daerah.

F. Instrumen Penelitian

Instrument memiliki peran yang sangat penting dalam suatu penelitian. Dimana instrument penelitian dapat dikatakan merupakan alat dan teknik yang digunakan referensi untuk mengumpulkan data. Guna menunjang hal tersebut maka instrument penelitian yang digunakan haruslah tepat dan dapat dipercaya.

Dikemukakan oleh Moleong (2000: 167) bahwa “dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah manusia, dimana sangat berperan dalam keseluruhan proses penelitian termasuk pengumpulan data, bahkan peneliti sendirilah instrumennya”. Maka dapat diartikan dalam penelitian ini peneliti sendiri yang akan memainkan peran sebagai instrument penelitian. Untuk itu disini peneliti menggunakan pedoman wawancara untuk mempermudah dan mengarahkan wawancara dan buku lapangan untuk mencatat hasil wawancara sehingga dapat diperoleh hasil yang teliti dan memenuhi kriteria radilitas dan rehabilitas.

G. Analisis Data

Analisis data pada dasarnya merupakan kegiatan penelitian dan penyelidikan terhadap suatu hasil pengamatan atau pengukuran yang dikumpulkan, sesuai dengan kebutuhan. Disini analisis data menyangkut pengarahannya ke dalam suatu bentuk yang dapat diinterpretasikan sehingga dapat memberikan kejelasan sebagai jawaban atas pengujian dan pemecahan masalah.

Effendi dan Manning yang dikutip oleh Sugarimbun (1989: 263) menyatakan bahwa: analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, maka prosedur analisis data seperti yang dikemukakan Faisal (1993: 46) bahwa: “pada penelitian kualitatif analisis data biasanya dilakukan sewaktu berada dilapangan (bersama proses pengumpulan data, akibatnya prosesnya yang berbentuk siklus) dan juga setelah peneliti meninggalkan lapangan”.

Dalam metode penelitian dengan pendekatan kualitatif maka metode analisisnya adalah metode analisa kualitatif. Sehubungan dengan hal ini Marzuki (1987: 8) mengemukakan sebagai berikut:

Metode analisa kualitatif atau non statistik, ialah metode analisa yang dalam menganalisa datanya tidak menggunakan perhitungan statistik tetapi menggunakan uraian-uraian atau bisa dikatakan bahwa metode kualitatif

dilakukan dengan membaca tabel-tabel, grafik-grafik yang tersedia untuk kemudian dilakukan uraian-uraian dan penafsiran.

Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2002: 103) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menentukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu. Pada penelitian ini data yang diperoleh akan dianalisis dan diinterpretasikan, dimana data yang digunakan adalah model analisis kualitatif, yang menurut Miles dan Huberman (1992: 16-19) terdiri dari tiga komponen sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Merupakan proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama proses penelitian berlangsung.

2. Penyajian Data (Display data)

Merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, kemudian untuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data akan berupa tabel, gambar, hasil wawancara dan data-data dokumen yang mendukung penyajian data.

3. Menarik Kesimpulan

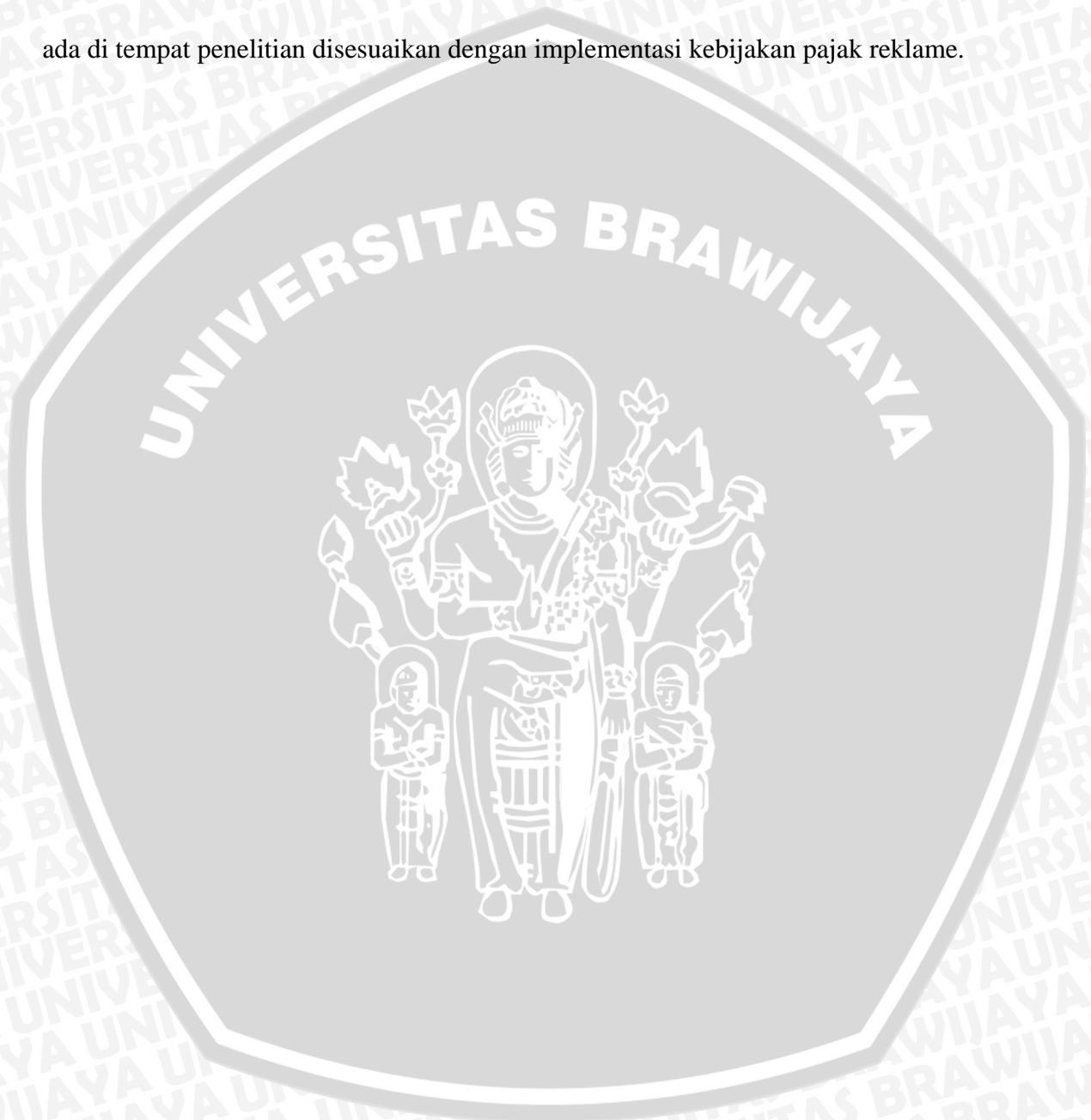
Merupakan verifikasi data penelitian yang dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan longgar, tetap terbuka dan semakin lama semakin menjadi terperinci berdasarkan kumpulan-kumpulan data yang diperoleh dilapangan, kemudian dianalisis data data tersebut untuk memperoleh gambaran yang sebenarnya.

Apabila analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif, maka analisis datanya akan lebih banyak menggunakan kata-kata, data-data yang berupa angka atau tabel guna menunjang kelengkapan data dan peneliti harus mampu mengembangkan analisa yang obyektif dengan nilai ilmiah yang tinggi. Suatu hasil yang obyektif bisa didapat apabila dalam penelitian menggunakan metode deskriptif, yang juga dipakai dalam laporan penelitian dengan tujuan agar mampu menjelaskan hasil penelitian dengan baik, jelas, utuh, dan lengkap.

Selanjutnya Nawawi (1995: 63) mengklasifikasikan ciri-ciri penelitian deskriptif sebagai berikut:

- a) Merumuskan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada saat penelitian atas masalah-masalah yang bersifat aktual dan pernah dilakukan pada lokasi penelitian.
- b) Menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagai adanya, diiringi dengan interpretasi nasional.

Dari data yang telah terkumpul tersebut, maka pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, berarti menjelaskan atau mendeskripsikan mengenai situasi yang ada di tempat penelitian disesuaikan dengan implementasi kebijakan pajak reklame.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Nganjuk

1.1 Keadaan Geografis

Kabupaten Nganjuk sebagai salah satu kabupaten di propinsi Jawa Timur mempunyai sistem pemerintahan yang sama dengan kabupaten-kabupaten yang lain. Unit pemerintahan di bawah kabupaten secara langsung adalah kecamatan-kecamatan terdiri dari beberapa desa dan sebagian kelurahan, dari masing-masing desa atau kelurahan terbagi atas dusun atau dukuh rukun warga (RW) dan rukun tetangga (RT). Kabupaten Nganjuk terletak pada koordinat antara $111^{\circ}.5'$ sampai dengan $112^{\circ}.13'$ BT dan $7^{\circ}.20'$ sampai dengan $7^{\circ}.59'$ LS.

Batas wilayah Kabupaten Nganjuk adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Bojonegoro,
- b. Sebelah selatan berbatasan Kabupaten Kediri dan Trenggalek,
- c. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Jombang dan Kediri,
- d. Sedangkan sebelah barat berbatasan dengan wilayah Kabupaten Ponorogo dan Madiun.

Luas Kabupaten Nganjuk + 122.433 Km² atau 122.433 Ha yang terdiri dari atas : Tanah sawah = 43.052.5 Ha, Tanah kering = 32.373.6 Ha, Tanah hutan = 47.007.0 Ha.

Dengan wilayah yang terletak di dataran rendah dan pegunungan, Kabupaten Nganjuk memiliki kondisi dan struktur tanah yang cukup produktif untuk berbagai jenis tanaman, baik tanaman pangan maupun tanaman perkebunan sehingga sangat menunjang pertumbuhan ekonomi dibidang pertanian. Kondisi dan struktur tanah yang produktif ini sekaligus ditunjang adanya sungai Widas yang mengalir sepanjang 69,332 km dan mengairi daerah seluas 3.236 Ha, dan sungai Brantas yang mampu mengairi sawah seluas 12.705 Ha. Jumlah curah hujan per bulan selama 2002 terbesar terjadi pada bulan Januari yaitu 7.416 mm dengan rata-rata 436 mm. Sedangkan terkecil terjadi pada bulan November dengan jumlah curah hujan 600 mm dengan rata-rata 50 mm. Pada bulan Juni sampai dengan Oktober tidak terjadi hujan sama sekali.

1.2 Penduduk

Jumlah penduduk Kabupaten Nganjuk pada akhir tahun 2004 sebesar 1.027.371 jiwa dengan perincian 507.105 jiwa penduduk lakil-laki dan 520.266 jiwa penduduk perempuan. Kepadatan penduduk rata-rata 839 jiwa/km² yang tersebar pada 20 kecamatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Jumlah penduduk menurut jenis kelamin tahun 2004

No	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Sawahan	17 867	18 042	35 909
2	Ngetos	17 109	17 237	34 346
3	Berbek	26 731	27 576	54 307
4	Loceret	33 428	33 972	67 400
5	Pace	30 655	31 437	62 092
6	Tanjunganom	54 324	55 549	109 873
7	Prambon	33 794	35 049	68 843
8	Ngronggot	36 082	36 650	72 732
9	Kertosono	26 175	27 584	53 759
10	Patianrowo	21 254	21 580	42 834
11	Baron	23 362	24 988	48 350
12	Gondang	25 897	26 062	51 993
13	Sukomoro	21 287	21 062	42 349
14	Nganjuk	31 710	33 088	64 798
15	Bagor	26 847	28 466	55 313
16	Wilangan	13 850	13 806	27 656
17	Rejoso	33 862	34 386	68 248
18	Ngluyu	7 099	7 234	14 333
19	Lengkong	15 980	16 498	32 478
20	Jatikalèn	9 792	9 966	19 758
Jumlah		507 105	520 266	1 027 371

Sumber : Dokumen Buku Nganjuk Dalam Angka Tahun 2004 Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk

Berdasarkan tabel 1 di atas jumlah penduduk yang paling besar terdapat di Kecamatan Tanjunganom dengan jumlah 109 873 jiwa, penduduk laki-laki 54 324 Jiwa, dan penduduk perempuan 55 549 jiwa. Diikuti oleh Kecamatan Prambon dengan jumlah 68 843 jiwa, penduduk laki-laki 33 794 Jiwa, dan penduduk perempuan 35 049 jiwa. Sedangkan jumlah penduduk yang paling sedikit terdapat di Kecamatan Ngluyu dengan jumlah 14 333 jiwa, dengan rincian penduduk laki-laki 7 099 Jiwa, dan penduduk perempuan 7 234 jiwa.

1.3 Pendidikan

Sumber daya manusia memegang peranan penting terhadap perkembangan kehidupan bangsa, sehingga pembangunan di bidang pendidikan merupakan bagian yang mutlak dari pembangunan. Jumlah sarana sekolahan di Kabupaten Nganjuk pada tahun 2004 yaitu jumlah Sekolah Dasar Negeri (SDN) sebanyak 698 unit, jumlah SLTP ada 49 unit, sedangkan SLTA berjumlah 17 unit, untuk Perguruan Tinggi ada 3 unit. Sedangkan jumlah siswa Sekolah Dasar Negeri 95.242 siswa, SLTP 35.890 siswa, SLTA 11.301 siswa, dan Perguruan Tinggi 918 mahasiswa. Untuk jumlah guru adalah Sekolah Dasar Negeri 5.408 orang, SLTP 2.149 orang, SLTA 885 orang, dan Perguruan Tinggi 77 dosen.

1.4 Pemerintahan

Wilayah Kabupaten Nganjuk dibagi dalam 20 kecamatan, 20 kelurahan dan 264 desa. Guna menjalankan roda pemerintahan di bidang legislatif serta tertampungnya aspirasi masyarakat, maka menurut hasil pemilu tahun 2004, telah diperoleh wakil-wakil rakyat yang duduk pada DPRD. Jumlahnya mencapai 45 orang yang terbagi menjadi 5 komisi dengan jumlah anggota : PDIP (13 orang), PKB (13 orang), GOLKAR (7orang), Partai Demokrat (5 orang), PPP (2 orang), PAN (2 orang), PKS (1 orang), Partai Patriot Pancasila (1 orang), dan PKPB (1 orang).

2. Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

2.1. Visi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

Terwujudnya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara adil dan proporsional dalam rangka menunjang otonomi daerah yang nyata seluas-luasnya.

2.2. Misi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

- a. Peningkatan penerimaan PAD (Pendapatan Asli Daerah).
- b. Peningkatan pelayanan kepada masyarakat dibidang perpajakan dan retribusi daerah serta penerimaan daerah lainnya secara mudah dan cepat.
- c. Peningkatan profesionalisme SDM aparat dalam menunjang pelaksanaan tugas.

2.3. Tujuan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

- a. Peningkatan penerimaan PAD (Pendapatan Asli Daerah).
- b. Peningkatan pelayanan kepada masyarakat dibidang perpajakan dan retribusi daerah serta penerimaan daerah lainnya secara mudah dan cepat.
- c. Peningkatan profesionalisme SDM aparat dalam menunjang pelaksanaan tugas.
- d. Meningkatkan kontribusi BUMN terhadap PAD (Pendapatan Asli Daerah).

2.4. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

Dinas Pendapatan Daerah mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian urusan rumah tangga daerah di bidang pendapatan dan selaku koordinasi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pemasukan pendapatan daerah.

Untuk mendukung kegiatan pelaksanaan tugas pokok Dinas Pendapatan daerah mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Perumusan kebijaksanaan teknis, pembinaan bimbingan dan koordinasi teknis tugas –tugas yang berkaitan dengan pemasukan pendapatan daerah.
2. Pelaksanaan pendaftaran dan pendapatan obyek pajak daerah dan retribusi daerah serta potensi penerimaan lain-lainnya dalam rangka mengoptimalkan pendapatan daerah.
3. Pelaksanaan perhitungan dan penetapan terhadap obyek pajak daerah dan retribusi daerah.
4. Pelaksanaan pembukuan dan pelaporan terhadap hasil pemungutan dan penyetoran pajak daerah, retribusi daerah dan pendapatan daerah lainnya serta pengelolaan benda berharga.
5. Perencanaan dan pengendalian operasional di bidang pendataan, penetapan dan penagihan pajak daerah, retribusi daerah, penerimaan asli daerah lainnya serta pajak bumi dan bangunan.

6. Pelaksanaan penagihan dan pemungutan serta kondisi dan pengawasan atas pekerjaan penagihan pajak daerah, retribusi daerah dan penerimaan asli daerah lainnya serta penagihan pajak bumi dan bangunan.
7. Pembantuan Pelaksanaan Pendataan potensi obyek dan subyek Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) dan penyampaian Pemberitahuan Obyek Pajak (SPOP) subyek Pajak Bumi dan Bangunan kepada Wajib Pajak.
8. Pembantuan penyampaian Surat Pemberitahuan Pajak Terutang (SPPT), Surat Ketetapan Pajak (SKP), Surat Tagihan Pajak (STP), dan sarana administrasi PBB lainnya.
9. Pelaksanaan analisis dalam rangka pengembangan pendapatan asli daerah dan penerimaan daerah lainnya sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.
10. Pelaksanaan penyuluhan pajak daerah, retribusi daerah, dan pendapatan daerah lainnya serta pajak bumi dan bangunan.
11. Pelaksanaan urusan tata usaha kedinasan.
12. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang Pendapatan Daerah.

Secara umum kebijakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak reklame yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Nganjuk merupakan kebijakan dalam bentuk intensifikasi. Intensifikasi dimaksud sebagai kebijakan Pemerintah Kabupaten Nganjuk mengintensifkan obyek-obyek pajak reklame yang ada sehingga dapat memberikan hasil yang lebih maksimal.

Instansi yang terkait dengan pelaksanaan/pemrosesan ijin reklame adalah antara lain:

- a. Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk
- b. Dinas Perijinan Daerah Kabupaten Nganjuk
- c. Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP)
- d. Barkornasda (Badan Koordinasi Nasional Daerah)

Dari keempat instansi yang terkait dengan pelaksanaan ijin reklame tersebut yang paling banyak berperan adalah Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame Kabupaten Nganjuk bahwa yang berwenang memproses permohonan ijin reklame adalah Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk dibantu oleh dinas-dinas terkait sebagai unsur koordinatif.

Sejak Peraturan Daerah Nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame diberlakukan, perda tersebut belum pernah dilaksanakan karena petunjuk pelaksanaan peraturannya belum ada, sehingga untuk pengenaan tarif pajak reklame (sebesar 25 %) sampai dengan akhir tahun 2005 masih menganut pada ketentuan petunjuk pelaksanaan peraturan daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 12 tahun 1998 tentang pajak reklame.

Sesuai dengan penjelasan Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk Bapak Pudjianto bahwa :

“Dalam pemrosesan reklame yang lebih berperan aktif adalah dinas pendapatan, Dinas perijinan hanya mengeluarkan surat rekomendasi sebagai

syarat untuk memasang reklame yang nantinya pendaftaran dan penentuan mengenakan pajaknya dalam artian mendata, mencatat setiap reklame, menetapkan pajak, dan mengadakan penagihan kepada obyek pajak reklame dinas pendapatan. Selain itu dinas perijinan yang membuat dan merumuskan pembuatan peraturan tersebut bersama dengan pemerintah daerah dan dinas yang terkait”.

(wawancara tanggal 30 mei 2006 di ruang kerjanya)

Hal senada juga diungkapkan oleh seksi pendaftaran dan pendataan Bapak Mudjiyanto bahwa :

“Untuk memasang reklame harus membawa surat rekomendasi dari dinas perijinan dan syarat-syarat yang dibutuhkan (seperti gambar, bentuk reklame, lokasi pemasangan dan foto copy KTP dll.), terus disini (dinas pendapatan) kalau sudah lengkap dan benar persyaratannya tinggal bayar pajak yang telah ditentukan. Untuk instansi yang lain seperti Dinas Perijinan dan Barkornasda bekerja sama untuk membuat peraturan penempatan lokasi pemasangan reklame, sedangkan Satpol PP berkoordinasi dengan Dinas Pendapatan untuk mentertipkan reklame yang sudah habis masa pajaknya (wawancara tanggal 31 mei 2006 di ruang kerjanya)

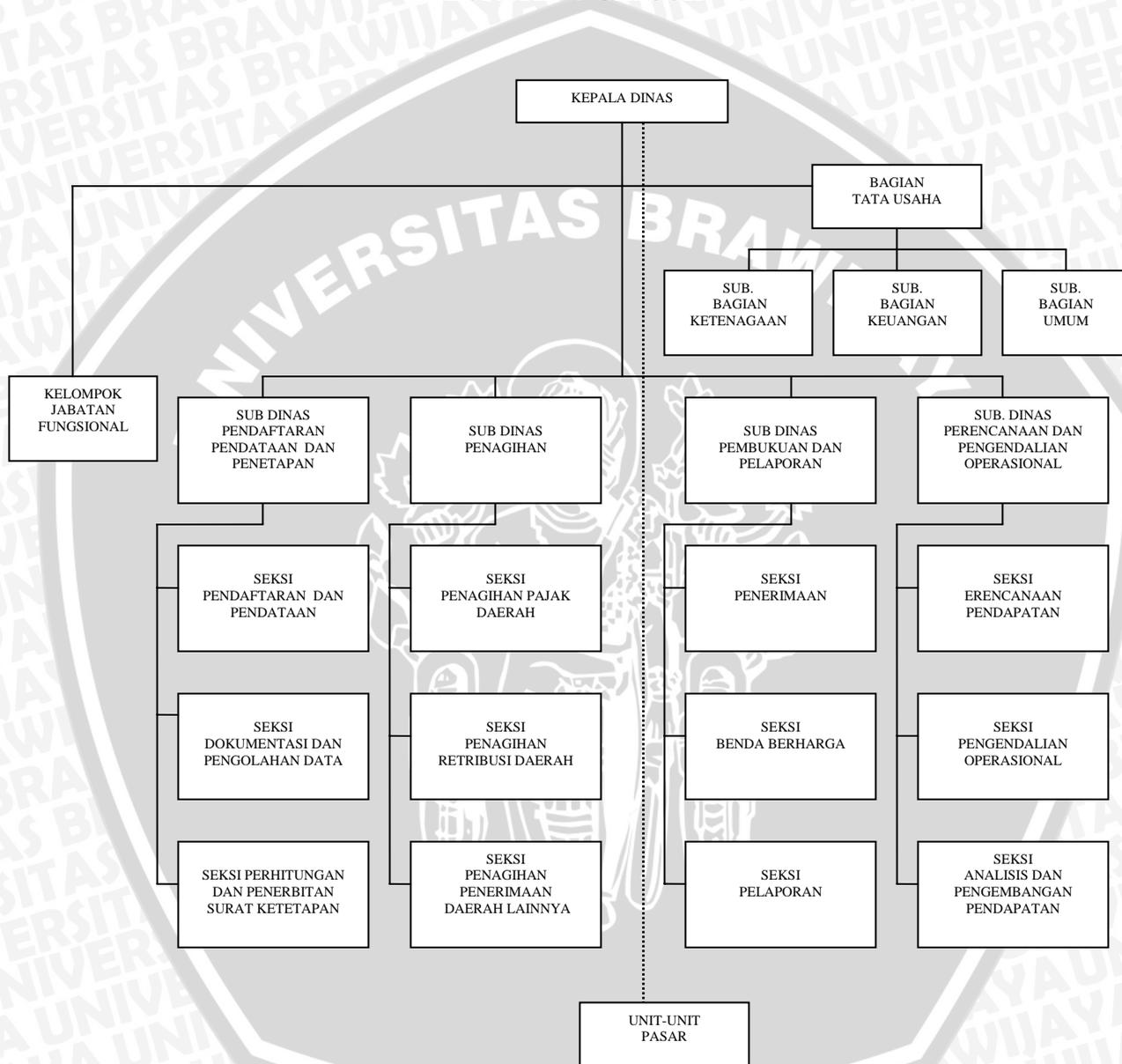
Dari wawancara diatas, menunjukkan bahwa dinas pendapatan mempunyai kewenangan memproses reklame berperan aktif dalam proses perijinan reklame. Sedangkan satpol PP menjalankan perannya di lapangan mentertipkan reklame yang sudah habis masa berlakunya dan reklame yang tidak ada ijinnya. Untuk Dinas Perijinan dan Barkornasda sendiri hanya membuat peraturan/menetapkan lokasi tempat pemasangan reklame dan mengawasi pelaksanaan serta proses aktifitas dalam dinas pendapatan dalam rangka mencegah kebocoran pendapatan pajak reklame. Ini menunjukkan bahwa dalam rangka mencapai target pemasukan dari sektor pajak reklame pemerintah Kabupaten Nganjuk sendiri mengabaikan peraturan yang telah disepakati bersama dengan dewan perwakilan Kabupaten Nganjuk karena instansi seperti dinas pertamanan, masyarakat (LSM, konsumen dll), serta pihak pengguna reklame / pengelola reklame tidak terlibat dalam pembuatan peraturan tersebut.

2.5. Susunan Organisasi Dinas Pendapatan Kabupaten Nganjuk

1. Kepala Dinas Pendapatan
2. Bagian Tata Usaha: membawahi Sub bagian Ketenagaan, Sub Bagian keuangan, Sub bagian Umum.
3. Sub Dinas Pendaftaran, Pendataan dan Penetapan membawahi: Seksi Pendaftaran dan Pendataan, Seksi Dokumentasi dan Pengolahan Data, Seksi Perhitungan dan Penerbitan Surat Ketetapan.
4. Sub Dinas Penagihan membawahi: Seksi penagihan Pajak Daerah, Seksi Penagihan Retribusi Daerah, Seksi Penagihan Penerimaan Daerah Lainnya.
5. Sub Dinas Pembukuan dan Pelaporan membawahi: Seksi Penerimaan, Seksi Benda Berharga, Seksi Pelaporan.
6. Sub Dinas Perencanaan dan Pengendalian Operasional membawahi: Seksi Perencanaan pendapatan, Seksi Pengendalian Operasional, Seksi Analisa dan Pengembangan Pendapatan.
7. Unit Pasar mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas dinas pendapatan di bidang pengelolaan pasar dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Dinas Pendapatan Daerah.
8. Kelompok Jabatan fungsional.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1 berikut:

Gambar 1
BAGAN SUSUNAN ORGANISASI DINAS PENDAPATAN DAERAH
KABUPATEN NGANJUK



Sumber: Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

5. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan suatu organisasi. Dalam rangka mencapai keberhasilan atau organisasi diperlukan sumber daya manusia yang potensial. Jumlah pegawai pada dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk pada akhir tahun 2005 adalah 68 orang dengan rincian berdasarkan status kepegawaian yaitu PNS (pegawai negeri sipil) berjumlah 49 orang, untuk pegawai honorer 19 orang (16 orang SK Bupati, 3 orang SK Dinas). Sedangkan berdasarkan tingkat pendidikan terdapat 3 orang lulusan S2, 17 orang lulusan S1, 23 orang lulusan SMA, 2 orang lulusan SMP, dan 5 orang lulusan SD (Sekolah Dasar). Dari data yang diperoleh ternyata terdapat 5 (lima) posisi sub jabatan yang kosong dalam struktur kepegawaian organisasi tersebut. Antara lain : Sub. Bag Ketenagaan, Sub. Bag Keuangan, Sub. Bag Umum, Sub Dinas Penagihan, dan seksi dokumentasi dan pengolahan data

Selain kondisi pegawai secara kuantitas, kualitas pegawai juga sangat penting bagi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk, dalam hal ini tingkat pendidikan dan masa kerja yang dimiliki/ keharusan bagi pejabat struktural. Tingkat pendidikan menjadi syarat formal kemampuan aparat pelaksana terutama dalam penalaran dan aplikasi cara kerja yang lebih baik, namun harus dibarengi dengan masa kerja yang cukup. Seseorang pegawai akan dapat bekerja dengan baik apabila memiliki tingkat pendidikan yang memadai sesuai dengan bidang tugasnya serta didukung pengalaman kerja yang cukup pula. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel 2 dibawah ini :

UNIVERSITAS BRAWIJAYA





3. Implementasi Peraturan Daerah No 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

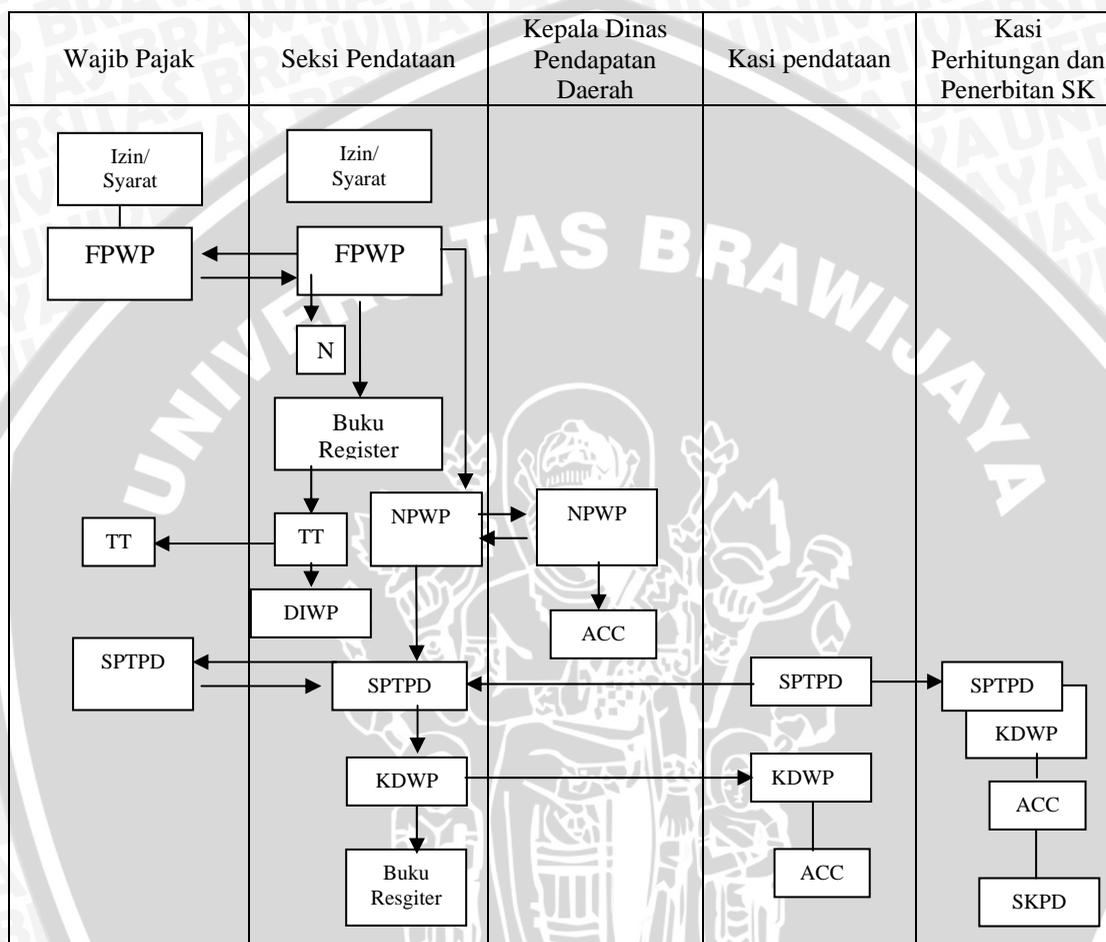
3.1. Sistem Pendaftaran, Pendataan, dan Penetapan Pajak Reklame

1. Wajib pajak datang ke bagian pendataan dengan membawa surat ijin dari Kantor Dinas Perijinan beserta lampiran gambar bentuk reklame, lokasi pemasangan dan foto copy KTP.
2. Petugas pendataan menyerahkan formulir pendaftaran kepada wajib pajak. Sedangkan formulir tersebut dibuat rangkap 2 (dua), Diisi memakai huruf kapital secara benar dan lengkap, disertai lampiran pernyaratannya.
3. Setelah diisi dengan lengkap selanjutnya wajib pajak menyerahkan formulir pendaftaran tersebut kepada petugas untuk diperiksa kebenaran dan kelengkapannya. Apabila pengisiannya benar dan lengkap, petugas pendataan memasukkan dan mendaftarkan dalam buku register, memberi tanda dan tanggal penerimaan, mencatat wajib pajak pergolongan dalam kartu data sebagai daftar induk wajib pajak. Wajib pajak pribadi masuk golongan 1, sedangkan wajib pajak badan masuk golongan 2.
4. Kemudian petugas pendataan membuat dan menerbitkan kartu pengenalan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) untuk pajak reklame yang sudah diverifikasi oleh kepala Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk, yang diberikan oleh wajib pajak secara permanen dan menjadi identitas wajib pajak, sehingga secara otomatis wajib pajak mempunyai kewajiban, untuk membayar pajaknya yang terutang sesuai dengan ketentuan pajaknya.

5. Petugas pendataan memberikan SPTPD (Surat Pemberitahuan Pajak Daerah) yang berasal dari seksi pendaftaran dan pendataan kepada wajib pajak untuk diisi dengan jelas dan benar, dan ditandatangani oleh wajib pajak atau kuasanya, setelah itu dikembalikan kembali kepada petugas pendataan selambat-lambatnya 15 hari setelah diterbitkannya SPTPD.
6. Setelah petugas pendataan menerima SPTPD untuk pajak reklame yang telah diisi dengan benar, petugas kemudian memberikan tanda tangan pada SPTPD tersebut kemudian dicatat dalam buku register. SPTPD dibuat rangkap 2 (dua) dan didistribusikan kepada :
 1. lembar 1 : seksi pendaftaran dan pendataan
 2. lembar 2 : seksi perhitungan dan penerbitan SK
7. Selanjutnya petugas pendataan memasukkan data sesuai dengan SPTPD tersebut kedalam kartu data dan ditandatangani oleh kasi pendataan kemudian dicatat kedalam buku register.
8. Kartu data yang sudah selesai diproses diserahkan kepada seksi perhitungan dan penerbitan SK, kemudian petugas penetapan membubuhkan paraf pada kolom kartu data yang disediakan serta digunakan untuk penerbitan SKPD (Surat Keputusan Pajak Daerah).

Untuk lebih jelasnya, Sistem pendaftaran, pendataan, dan penetapan pajak reklame dapat dilihat dalam tabel 3 berikut:

Tabel 3
Sistem pendaftaran, pendataan, dan penetapan pajak reklame Dinas
Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk



Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

Keterangan:

- FPWP : Formulir Pendaftaran Wajib Pajak
- TT : Tanda Terima
- DIWP : Daftar Induk WAjib Pajak
- NPWPD : Nomor Pokok Wajib Pajak
- KDWP : Kartu Data Wajib Pajak
- SPTPD : Surat Pemberitahuan Pajak Daerah
- SKPD : Surat Keputusan Pajak Daerah



Dari prosedur tetap tersebut bahwa seksi pendaftaran mempunyai tugas pengelolaan pendaftaran segala jenis pajak termasuk dan retribusi daerah. Hal ini seperti yang disampaikan oleh seksi pendaftrn dan pendataan Dinas Pendapatan Kabupaten Nganjuk Bapak Mudjiyanto bahwa:

“Tugas seksi pendaftaran dan pendataan ada dalam buku yang baru anda foto copy, yang dimaksud yaitu mengumpulkan bahan dan menyusun pedoman pelaksanaan pendataan subyek dan obyek pajak daerah. Mendistribusikan dan menerima kembali formulir pendaftaran pajak daerah dan retribusi daerah. Mencatat nama dan alamat calon wajib pajak daerah dan retribusi daerah dalam formulir pendaftaran wajib pajak daerah dan retribusi daerah. Menetapkan NPWPD dan mengadakan peremajaan data obyek pajak dan subyek pajak daerah dan retribusi daerah sesuai dengan perkembangan keadaan”.
(wawancara tanggal 31 mei 2006 di ruang kerjanya)

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa seksi pendaftaran dan pendataan pada subdin pendaftaran, pendataan dan penetapan dinas pendapatan Kabupaten Nganjuk mempunyai wewenang memproses pendaftaran pajak reklame atau memproses lebih lanjut nota ijin reklame yang di dikeluarkan oleh Dinas Perijinan yang diajukan oleh wajib pajak.

Adapun seksi pendaftaran dan pendataan mempunyai tugas mendata semua subyek dan obyek reklame yang ada di wilayah Kabupaten Nganjuk. Serta memberitahukan kepada wajib pajak bahwa reklamenya dapat dikenakan pajak daerah. Hal ini sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh kepala subdin pendaftaran, pendataan dan penetapan Dinas Pendapatan Kabupaten Nganjuk Bapak Suhartadi bahwa :

“Salah satu kewajiban dari seksi pendaftaran dan pendataan adalah mendata semua subyek dan obyek pajak dan retribusi yang ada di Kabupaten Nganjuk, memberitahukan kepada wajib pajak dan melaporkan hasil pendataan yang kami lakukan kepada pemimpin begitu juga dengan pajak reklame, kami melakukan pendataan ke lapangan reklame yang jenis dan ukurannya dapat dikenakan pajak, baik yang belum didaftarkan maupun yang sudah didaftarkan”.
(wawancara tanggal 31 mei 2006 di ruang kerjanya)

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa seksi pendaftaran dan pendataan pada subdin pendaftaran, pendataan dan penetapan dinas pendapatan Kabupaten Nganjuk berwenang melakukan pendataan subyek dan obyek pajak reklame, baik yang baik yang belum didaftarkan maupun yang sudah didaftarkan.

3.2. Sistem pemungutan pajak reklame

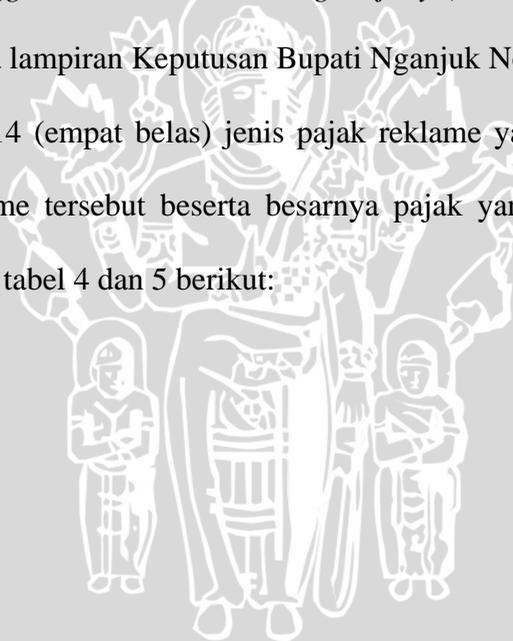
Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame pada pasal 10 (sepuluh) disebutkan bahwa tarif pajak reklame sebesar 25 % (dua puluh lima persen) dari nilai pajak reklame. Sedangkan nilai sewa pajak reklame dihitung berdasarkan lokasi penempatan, jenis reklame, jangka waktu penyelenggaraan, ketinggian dan ukuran media reklame. Pajak yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat penyelenggaraan reklame dan besarnya pajak terutang dihitung dengan cara mengalikan dasar pengenaan dengan tarif pajak. Hasil pungutan pajak reklame tersebut disetorkan ke kas daerah/bank kabupaten Nganjuk melalui bendahara khusus penerima pada dinas pendapatan daerah Kabupaten Nganjuk.

Berkenaan dengan hal tersebut, Kepala Dinas Kabupaten Nganjuk Bapak

Pudjiyanto menjelaskan bahwa :

“Sebelum dilaksanakan peraturan daerah nomor 12 tahun 1998 tentang pajak reklame yang sekarang sudah disempurnakan lagi oleh peraturan daerah nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame. Pembagian jalan ekonomi dan non ekonomi tidak sebanyak yang sekarang, karena Kabupaten Nganjuk sudah tambah “rame”. Banyak took-toko maupun usaha-usaha lain baik perusahaan dalam maupun luar daerah memasang reklame di Kabupaten Nganjuk”. Untuk tarif 25 % (dua puluh lima persen) dari nilai sewa yang telah ditetapkan sudah tepat seperti daerah lain saya kira begitu. Hal ini telah dapat membantu pihak dinas pendapatan daerah Kabupaten Nganjuk sendiri dalam rangka melakukan pemungutan kepada wajib pajak. (wawancara tanggal 30 mei 2006 di ruang kerjanya)

Selanjutnya pada lampiran Keputusan Bupati Nganjuk Nomor 34 Tahun 1999 disebutkan bahwa ada 14 (empat belas) jenis pajak reklame yang dapat dikenakan pajak. Jenis-jenis reklame tersebut beserta besarnya pajak yang harus ditanggung wajib pajak seperti pada tabel 4 dan 5 berikut:







Dari tabel 4 dan 5 diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat beberapa reklame yang masa pajak dan nilai strategisnya dibebaskan karena masih jarang nya penggunaan reklame tersebut. Sesuai dalam implementasiannya, pajak reklame sudah sesuai dengan Peraturan Daerah nomor 03 tahun 2005 tersebut. Hal ini disebabkan karena peraturan pelaksanaanya juga telah dibedakan berdasarkan klasifikasi jalan ekonomi dan non ekonomi dengan tarif yang berbeda.

Berikut ini disajikan contoh perhitungan pajak reklame:

1. Toko A memasang reklame yang terletak di jalan Ahmat Yani, dengan jenis reklame papan reklame bertiang (reklame permanen) yang termasuk dalam klasifikasi utama. Karena dapat dilihat dari dua arah dengan ukuran masing-masing 3 m x 2 m (2 sisi) dengan masa pajak 1 tahun.

$$\begin{aligned}\text{Pajak terutang} &= (3 \text{ m} \times 2 \text{ m}) \times \text{sisi} \times (\text{Nilai Strategis} + \text{NJOP}) \times \text{tarif pajak} \\ &= (3 \times 2) \times 2 \times (50.000 + 90.000) \times 25 \% \\ &= 12 \times 140.000 \times 25 \% \\ &= 420.000\end{aligned}$$

2. Toko B yang terletak di jalan Diponegoro memasang reklame dengan jenis reklame spanduk (reklame insidental) yang berukuran 1,5 m, panjang 5 m (1 sisi) dan termasuk didalam klasifikasi A karena berada di persimpangan jalan dan dapat dilihat dari 3 arah.

$$\begin{aligned}\text{Pajak terutang} &= (1,5 \times 5) \times \text{sisi} \times (\text{Nilai Strategis} + \text{NJOP}) \times \text{tarif pajak} \\ &= 7,5 \times 1 \times (4.000 + 30.000) \times 25 \% \\ &= 7,5 \times 8.500 \\ &= 63.750\end{aligned}$$

3. Toko C memasang reklame terletak di jalan Yos Sudarso dengan jenis reklame papan nama tiang toko (reklame permanen) yang berukuran masing-masing 2 m x 1,5 m (1 sisi) dan termasuk di dalam klafisifikasi B karena berada di lokasi kegiatan bidang usaha.

$$\begin{aligned}
 \text{Pajak terutang} &= (2 \text{ m} \times 1,5 \text{ m}) \times \text{sisi} \times (\text{Nilai Strategis} + \text{NJOP}) \times \text{tarif pajak} \\
 &= 3 \times 1 (30.000 + 50.000) \times 25 \% \\
 &= 3 \times 80.000 \times 25 \% \\
 &= 60.000
 \end{aligned}$$

4. Toko D yang terletak di jalan Anjuk Ladang memasang reklame dengan jenis reklame Layar/Tenda toko (reklame insidental) yang berukuran 2 m, panjang 3 m (1 sisi) dan termasuk didalam klasifikasi utama karena berada di persimpangan jalan dan dapat dilihat dari 3 arah.

$$\begin{aligned}
 \text{Pajak terutang} &= (2 \times 3) \times \text{sisi} \times (\text{Nilai Strategis} + \text{NJOP}) \times \text{tarif pajak} \\
 &= 6 \times 1 \times (4.000 + 12.500) \times 25 \% \\
 &= 6 \times 16.500 \times 25 \% \\
 &= 24.750
 \end{aligned}$$

Seperti yang disebutkan di depan bahwa wajib pajak adalah orang pribadi dan atau badan yang menyelenggarakan pemasangan reklame sedangkan obyek pajak adalah semua penyelenggaraan reklame. Pajak reklame yang selanjutnya disebut pajak adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame. Untuk mengetahui

jumlah wajib pajak dan obyek pajak reklame di wilayah Kabupaten Nganjuk pada tahun 2002-2005 berikut pada tabel 6 di bawah ini :

Tabel 6
DAFTAR WAJIB PAJAK DAN OBYEK PAJAK
DI WILAYAH KABUPATEN NGANJUK TAHUN 2002-2005

No	Tahun	Wajib Pajak	Obyek Pajak	Reklame Permanen	Reklame Insidentil	Realisasi	Ket
1	2002	739	167	716	235	92.624.622,29	
2	2003	813	179	807	377	124.468.262,75	
3	2004	878	189	819	584	169.214.833,33	
4	2005	945	197	832	796	210.182.734,50	

Sumber: Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk yang sudah diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2002 wajib pajak berjumlah 739 dan obyek pajak 167 dengan realisasi pendapatan pajak sebesar 92.624.622,29, tahun 2003 wajib pajak berjumlah 813 dan obyek pajak 179 dengan realisasi pendapatan pajak sebesar 124.468.262,75, tahun 2004 pajak berjumlah 878 dan obyek pajak 189 dengan realisasi pendapatan pajak sebesar 169.214.833,33, sedangkan tahun 2005 wajib pajak berjumlah 945 dan obyek pajak 197 dengan realisasi pendapatan pajak sebesar 210.182.734,50. Secara keseluruhan wajib pajak, obyek pajak, dan realisasi pendapatan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Untuk itu pajak reklame sedianya dikelola secara intensif dan transparan dalam mendukung pendapatan asli daerah dalam era pembangunan otonomi daerah.

3.3. Target dan Realisasi Pajak Reklame

Dalam meningkatkan pendapatan asli daerah dari pajak reklame tidak lain adalah dengan sedapat mungkin menekan kebocoran yang akan terjadi dan serta mampu mencapai hasil yang maksimal dari sektor pajak reklame sebagaimana yang telah ditetapkan dalam tujuan kebijakan. Untuk mencapai target yang lebih besar lagi maka perlu usaha dan memperluas objek pajak reklame sehingga dapat dikembangkan secara maksimal sesuai tujuan kebijakan.

Secara pokok sumber-sumber penerimaan Pendapatan Asli Daerah dari sektor pajak reklame di Kabupaten Nganjuk terdiri dari pajak reklame tetap dan pajak reklame insidentil. Dalam kenyataannya pajak reklame tetap merupakan reklame yang sering banyak digunakan oleh pemasang reklame, maka perlu adanya penanganan yang intensif dan transparan. Untuk reklame yang insidentil juga perlu penanganan yang lebih maksimal lagi supaya pemasukan lebih besar lagi. Pada tabel 7 dijelaskan target dan realisasi penerimaan pajak reklame pada Dinas Pendapatan Kabupaten Nganjuk, tahun anggaran 2002-2005:

Tabel 7
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk Tahun Anggaran 2002-2005 (dalam rupiah)

NO	TAHUN	TARGET	REALISASI	PROSENTASE
1	2002	78.000.000	92.624.622	118,75 %
2	2003	118.000.000	124.468.262	105,48 %
3	2004	176.728.000	169.214.833	95,75 %
4	2005	174.325.000	210.182.735	120,57 %

Sumber: Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

Dari tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa dalam tahun anggaran 2002-2005, penerimaan pajak reklame selalu mengalami kenaikan. Sedangkan penerimaan pajak reklame pada tahun 2002, 2003, dan 2005 melebihi target yang telah ditetapkan, Untuk tahun anggaran 2005 mengalami kenaikan sebesar 120,57 % dari target yang telah diteatapkan sebelumnya. Sedangkan pada tahun anggaran 2004 penerimaan pajak reklame tidak dapat mencapai target yang telah ditetapkan hanya sebesar 95,75 % dari target. Tetapi tetap mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Hal ini kurangnya penanganan secara intensif dan transparan oleh petugas dinas pendapatan yang terkait. Ini seperti yang dijelaskan oleh Kepala Dinas pendapatan daerah Kabupaten Nganjuk Bapak Pudjianto bahwa :

“Untuk tahun anggaran 2004 memang ada penurunan pendapatan target pajak reklame. Hal ini karena banyaknya wajib pajak yang tidak mematuhi peraturan ijin memasang reklame dengan begitu banyak reklame yang dipasang tidak ada ijinnya, otomatis pendapatan turun. Penurunan penetapan target ini tidak hanya terjadi pada sektor reklame saja, tetapi juga pada beberapa pemasukan daerah lainnya, seperti retribusi daerah”.
(wawancara tanggal 30 mei 2006 di ruang kerjanya)

Dari realisasi pajak reklame di Kabupaten Nganjuk selama periode tahun anggaran 2002-2005, berdasarkan wawancara lebih lanjut dengan Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk diketahui juga bahwa jumlah realisasi pajak reklame permanen selalu lebih besar setiap tahunnya dari pada pemasukan dari pajak reklame insidental. Begitu juga dengan cara menetapkan target penerimaan pajak reklame setiap tahunnya, tidak ada suatu cara baku, hanya dilihat dari realitas penerimaan pajak reklame tahun yang lalu. Apabila wajib pajak patuh untuk

membayar pajak otomatis pendapatan naik. Logika yang digunakan oleh pihak pemerintah Kabupaten Nganjuk, dalam hal ini Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk.

Dinas Pendapatan Daerah merupakan “lahan basah” karena disanalah terdapat seksi pendataan dan penagihan. Kebocoran terjadi pada saat pelaporan jumlah dan ukuran reklame yang dapat dikenakan pajak. Jika jumlah dan ukuran reklame yang dilaporkan diperkecil, maka disanalah terjadi kebocoran pemasukan dari sektor pajak reklame. Berkenaan dengan hal tersebut Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk menjelaskan bahwa :

“Tingkat kebocoran yang sangat besar selama ini terjadi di Dinas Pendapatan adalah ada di seksi pendataan dan seksi penagihan, karena data yang dilaporkan diperkecil. Misalnya 7 buah reklame yang dilaporkan/dicatat 5 buah yang 2 buah masuk kantong sendiri. Untuk menanggulangi terjadinya kebocoran pajak reklame, maka dilaksanakan dengan cara meng cross check data yang ada yaitu :

Melihat data wajib pajak yang belum membayar di Bendaharawan Khusus Penerima (BKP) dinas pendapatan.

Lalu data wajib pajak yang belum membayar di BKP di cross check dengan data wajib pajak yang belum membayar di seksi pendataan dan di seksi penetapan.

Kemudian bisa juga di cross ceck dengan data di seksi penagihan, bisa juga di cross ceck di lapangan.

Dari cross ceck di masing-masing seksi tersebut akan terlihat perbedaan data yang ada”.

(wawancara tanggal 30 mei 2006 di ruang kerjanya)

Dari hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pendapatan tersebut diatas menunjukkan bahwa kebocoran pemasukan dari pajak reklame di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk memang nyata pernah terjadi, namun Kepala Dinas

Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk telah mengupayakan untuk mengantisipasi terjadinya hal tersebut.

3.4. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk

Peranan pajak reklame dalam memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk sangat penting. Untuk pembiayaan penyelenggaraan dalam otonomi daerah, perlu adanya aspek kemandirian keuangan daerah dengan mengagali potensi daerah secara maksimal salah satunya pajak reklame. Dalam kenyataannya Pajak Daerah, sampai saat ini masih merupakan pemasukan tertinggi semua daerah di Indonesia terhadap pendapatan asli daerah.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah tulang punggung pembiayaan penyelenggaraan otonomi daerah, khususnya di kabupaten Nganjuk. Penerimaan pajak reklame dalam kurun waktu tahun 2002, 2003, dan 2005 sudah dapat mencapai target yang ditetapkan. Hanya saja pada tahun 2004 tidak mencapai target yang ditetapkan, pada dasarnya penerimaan pajak reklame mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan yang memiliki potensi yang cukup besar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam Tabel 8 berikut:

Tabel 8
Kontribusi Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten
Nganjuk tahun Anggaran 2002-2005
(dalam rupiah)

NO	TAHUN ANGGARAN	REALISASI PAD	REALISASI PAJAK REKLAME	
			RP	%
1	2002	24.472.478.567,06	92.624.622,29	3.79 %
2	2003	36.772.805.374,66	124.468.262,75	3.38 %
3	2004	35.336.847.307,33	169.214.833,33	4.79 %
4	2005	40.294.246.614,43	210.182.7354,50	5.21 %

Sumber: Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

Dilihat dari tabel 8 diatas, kontribusi pajak reklame terhadap PAD (Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk) cukup besar, yaitu rata-rata di atas 3,5 % . Pada tahun 2005 realisasi pajak reklame naik 5.21 % dari PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten Nganjuk. Untuk perbandingan pendapatan pajak reklame terhadap pendapatan pajak daerah lain dapat dilihat target dan realisasi pendapatan asli daerah tahun anggaran 2002-2005 tabel berikut :

Tabel 9
Target dan Realisasi Penerimaan
Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Nganjuk
Tahun Anggaran 2002-2005

No	Keterangan	Target	Realisasi	%
TAHUN 2002				
1.	Pendapatan Asli Daerah	19.775.280.017,00	24.472.478.597,06	123,75 %
2.	Pajak Daerah :	2.856.103.137,00	3.719.241.321,21	130,22 %
a.	Pajak Hotel dan Restoran	90.000.000,00	86.736.750,00	96,37 %
b.	Pajak Hiburan	32.000.000,00	36.669.475,00	114,59 %
c.	Pajak Reklame	78.000.000,00	92.624.662,29	118,75 %
d.	Pajak Penerangan Jalan	2.550.000.000,00	3.389.293.006,00	132,91 %
e.	Pajak Pengambilan dan Pengolahan Bahan Galian Golongan C	95.000.000,00	102.814.330,92	108,23 %
f.	Pajak Pemanfaatan ABT dan AP	11.103.137,00	11.103.137,00	100,00 %
3.	Retribusi Daerah	13.518.584.880,00	14.198.317.583,50	105,03 %
4.	Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Hasil Pengelolaan Kekayaan daerah yang Dipisahkan	310.515.000,00	909.987.257,31	293,06 %
5.	Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	3.090.077.000,00	5.664.932.435,04	182,68 %
TAHUN 2003				
1.	Pendapatan Asli Daerah	32.362.953.554,00	36.772.805.374,00	113,52 %
2.	Pajak Daerah :	4.773.030.000,00	5.418.189.945,45	113,52 %
a.	Pajak Hotel	40.075.000,00	42.550.000,00	106,18 %
b.	Pajak Restoran	56.425.000,00	57.552.300,00	102,00 %
c.	Pajak Hiburan	35.200.000,00	30.457.650,00	86,53 %
d.	Pajak Reklame	118.000.000,00	124.468.262,75	105,48 %
e.	Pajak Penerangan Jalan	4.398.330.000,00	4.999.781.745,00	113,67 %
f.	Pajak Pengambilan dan Pengolahan Bahan Galian Golongan C	125.000.000,00	162.877.487,70	130,30 %
g.	Pajak Pengusahaan dan Pengambilan Sarang Burung Walet dan Sriti	Up	502.500,00	
3.	Retribusi Daerah	18.508.380.554,00	20.291.921.139,00	109,64 %
4.	Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Hasil Pengelolaan Kekayaan daerah yang Dipisahkan	588.793.000,00	592.389.212,89	100,61 %
5.	Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	8.492.750.000,00	10.470.305.077,32	123,29 %

TAHUN 2004				
1.	Pendapatan Asli Daerah	34.290.159.484,00	35.336.847.307,33	103,05 %
2.	Pajak Daerah	5.673.215.000,00	6.176.040.185,33	108,86 %
a.	Pajak Hotel	45.560.000,00	46.300.000,00	101,42 %
b.	Pajak Restoran	61.139.000,00	61.405.650,00	100,44 %
c.	Pajak Hiburan	18.400.000,00	20.887.000,00	113,52 %
d.	Pajak Reklame	176.728.000,00	169.214.833,33	95,75 %
e.	Pajak Penerangan Jalan	5.319.633.000,00	5.815.147.205,00	109,31 %
f.	Pajak Pengambilan dan Pengolahan Bahan Galian Golongan C	41.665.000,00	59.745.497,00	143,39 %
g.	Pajak Pengusahaan dan Pengambilan Sarang Burung Walet dan Sriti	10.000.000,00	3.340.000,00	33,40 %
3.	Retribusi Daerah	21.675.050.484,00	21.560.028.542,50	99,47 %
4.	Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Hasil Pengelolaan Kekayaan daerah yang Dipisahkan	599.752.000,00	605.093.832,23	100,89 %
5.	Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	6.342.142.000,00	6.995.684.747,27	110,30 %
TAHUN 2005				
1.	Pendapatan Asli Daerah	41.250.843.856,00	40.294.246.614,43	97,68 %
2.	Pajak Daerah	6.211.842.000,00	6.562.617.252,00	105,65 %
a.	Pajak Hotel	49.800.000,00	41.475.000,00	83,28 %
b.	Pajak Restoran	65.024.000,00	58.141.900,00	89,42 %
c.	Pajak Hiburan	17.072.000,00	29.973.000,00	175,57 %
d.	Pajak Reklame	174.325.000,00	210.182.734,50	120,57 %
e.	Pajak Penerangan Jalan	5.819.633.000,00	6.114.323.254,00	105,06 %
f.	Pajak Pengambilan dan Pengolahan Bahan Galian Golongan C	75.988.000,00	105.867.613,18	139,32 %
g.	Pajak Pengusahaan dan Pengambilan Sarang Burung Walet dan Sriti	10.000.000,00	2.653.750,00	26,54 %
3.	Retribusi Daerah	25.767.294.856,00	24.338.592.529,50	94,46 %
4.	Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Hasil Pengelolaan Kekayaan daerah yang Dipisahkan	563.321.000,00	754.796.306,00	133,99 %
5.	Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah	16.960.000.000,00	16.960.000.000,00	100,00 %

Sumber: Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk

Dilihat dari tabel diatas Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Nganjuk tahun anggaran 2002 sebesar 24.472.478.567,06 dan pajak daerah 3.719.241.321,21 tahun 2003 sebesar 36.772.805.374,66 dan pajak daerah 5.418.189.945,45 tahun

2004 sebesar 35.336.847.307,33 dan pajak daerah 6.176.040.185,33 tahun 2005 sebesar 40.294.246.614,43 dan pajak daerah 6.562.617.252,00. Sedangkan penerimaan pajak reklame dari tahun ke tahun mengalami kenaikan rata-rata 100 % dari target yang ditetapkan. Kenaikan kontribusi pajak reklame ini di karenakan kepatuhan wajib pajak dan tumbuhnya kegiatan ekonomi Kabupaten Nganjuk. Sehingga untuk tahun-tahun yang akan datang dapat diharapkan kontribusi pajak reklame dapat lebih ditingkatkan. Hal tersebut sebagaimana dikemukakan oleh Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk bahwa :

“Kenaikan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk dari tahun ke tahun antara lain disebabkan oleh semakin meningkatnya kegiatan perekonomian dan pengawasan/penertipan reklame yang tidak ada ijinnya, akan tetapi peningkatan pajak reklame tersebut sekiranya membantu meningkatkan kegiatan pelayanan pemerintah Kabupaten Nganjuk seperti pembelian peralatan kantor, kendaraan dinas, perbaikan fasilitas pelayanan kesehatan, kebersihan dan sebagainya”.
(wawancara tanggal 30 mei 2006 di ruang kerjanya)

4. Kendala-Kendala yang Dihadapi dalam Implementasi Peraturan Daerah No 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame

Dalam mengimplementasikan kebijakan sistem pendataan dan pemungutan pajak reklame di kabupaten Nganjuk dengan diberlakukannya Kepmendagri Nomor 43 Tahun 1999 tentang sistem dan prosedur Administrasi Pajak Daerah, dan Penerimaan Pendapatan Lain-Lain, ternyata tidak lepas dari berbagai kendala yang berpengaruh terhadap dampak kebijakan antara lain:

Terbatasnya dana dan tenaga, Untuk tenaga pendata ada 2 di Dinas Pendapatan, sedangkan 18 orang untuk wilayah pungut pasar untuk 20 kecamatan yang ada di Kabupaten Nganjuk. Serta kurangnya koordinasi dengan petugas satpol PP dalam lapangan untuk pendataan atau penertipan reklame yang pemasangannya tidak sesuai dengan ijin yang telah ditentukan/melanggar, misalnya dipasang dipohon dengan cara dipaku yang dapat menyebabkan rusak/mati pohon, atau masa pemasangan reklame sudah habis oleh wajib pajak tidak segera dibongkar sendiri. Hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh seksi pendaftar dan pendataan dinas Kabupaten Nganjuk Bapak Mudjiyanto bahwa:

*“Untuk mengadakan penertipan reklame yang melanggar ketentuan yang ada kami selalu berusaha untuk menertipkan dengan berkoordinasi petugas Satpol PP. Tetapi tidak seketat atau setiap bulan sekali, karena alokasi dana untuk itu (dana penertipan) tidak cukup untuk beli bensin seperti anda ketahui apa-apa barang naik”. Sedangkan jumlah reklame yang ditertipkan nantinya apa sebanding dengan dana penertipan yang dikeluarkan untuk penertipanan reklame.
(wawancara tanggal 31 mei 2006 di ruang kerjanya)*

Dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa untuk alokasi dana penertipan masih belum mencukupi untuk penertipan yang dilakukan rutin satu bulan sekali. Hal ini juga belum sebanding dengan hasil penertipan dengan dana yang dikeluarkan oleh dinas pendapatan apabila melakukan penertipan terhadap reklame yang melanggar peraturan.

Kurang efektifnya komunikasi dalam melakukan koordinasi di dalam menjalankan tugas masing-masing aparatur maupun antar dinas terkait, sehingga apabila terjadi permasalahan tentang pajak reklame, tidak dapat mengambil tindakan/

keputusan dengan cepat dalam menyelesaikan masalah tersebut. Sebagaimana dikemukakan oleh Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk bahwa :

“Dinas Pendapatan Daerah sebagai koordinator pendapatan daerah berada dalam satu tingkat eselon dengan Dinas/Instansi yang lain yang juga terkait dengan pemrosesan pajak reklame, konsekuensinya adalah hubungan antar organisasi selama ini ternyata masih terhambat dan tidak efektif karena adanya keenganan dari dinas/ unit kerja yang lain untuk melakukan kordinasi dengan dinas pendapatan”.
(wawancara tanggal 30 mei 2006 di ruang kerjanya)

Kurangnya sosialisasi tentang proses perizinan pemasangan reklame terhadap masyarakat, sehingga menimbulkan ketidak patuhan wajib pajak dalam pemasangan reklame. Hal ini dapat mempengaruhi pendapatan pajak reklame karena banyaknya reklame yang tidak terdata dan ketertipan pemasangan reklame tidak sesuai dengan ijin yang telah ditentukan. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh seksi pendaftar dan pendataan dinas Kabupaten Nganjuk Bapak Mudjianto bahwa:

“Tidak patuhnya wajib pajak dalam membayar pajak tentunya dapat mempengaruhi pendapatan pajak reklame. Hal ini kami berusaha untuk meminimalkan masalah ini, karena penyebab semua itu tidak semuanya dari pihak kami bisa saja dari wajib pajak sendiri (orang yang mewakili pembayaran dari badan tertentu) yang diberi tannggunan untuk membayar pajak tidak dibayarkan”.
(wawancara tanggal 31 mei 2006 di ruang kerjanya)

Selain itu keenganan dinas pendapatan daerah kabupaten Nganjuk untuk mengadakan kerja sama dengan pihak ketiga dalam peningkatan pendapatan pajak reklame. Hal ini belum terpikirkan oleh Dinas Pendapatan Daerah Nganjuk dikarekanan masih minimnya tenaga profesional dan manajemen yang baik untuk mendukung kebijakan dalam memajukan peningkatan pajak khususnya pajak reklame.

B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Implementasi Peraturan Daerah No 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame

Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

1.1. Sistem Pendaftaran, Pendataan, dan Penetapan Pajak Reklame

Seperti yang dikemukakan di atas pada bab 2 hal 12-14 bahwa untuk dapat mencapai tujuan dengan efektif maka implementasi memerlukan sebuah proses. Adapun proses implementasi oleh Van Meter dan Van Horn 1975 (Wahab, 2004: 65) merumuskan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu/pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan yang telah digarisakan dalam keputusan kebijakan.

Kemudian lebih lanjut Lineberry dalam Putra (2001: 81) menyatakan dalam proses implementasi setidaknya-tidaknya memiliki elemen-elemen sebagai berikut : 1) pembentukan unit organisasi baru dan staf pelaksana; 2) penjabaran tujuan ke dalam berbagai aturan pelaksanaan (*standard operating procedures/SOP*); 3) koordinasi berbagai sumber dan pengeluaran pada kelompok sasaran, pembagian tugas di dalam dan di antara dinas-dinas/badan-badan pelaksana; 4) pengalokasian sumber-sumber untuk mencapai tujuan.

Berpijak pada teori diatas, dapat dikaji bahwa dalam implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame juga memiliki keempat elemen diatas. *Elemen pertama*, adanya pembentukan unit organisasi baru dan staf pelaksana. Seperti yang diuraikan diatas bahwa dalam

rangka mengimplementasikan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame maka ditunjuklah organisasi pelaksana yaitu Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk dan berkoordinasi dengan Dinas perijinan yang masing-masing memiliki tugas yang telah ditetapkan. Sehubungan dengan pemrosesan ijin reklame Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk mempunyai kewenangan dalam hal pendaftaran, pendataan, dan perhitungan dan penetapan pajak reklame sekaligus tempat penyeteroran pembayaran pajak reklame. Untuk Dinas Perijinan hanya diberi kewenangan menerbitkan surat rekomendasi ijin penyelenggaraan reklame sekaligus sebagai syarat untuk pendaftaran dinas pendapatan.

Pada Dinas pendapatan ini, ada perangkapan fungsi pendaftaran dan pendataan pada seksi pendataan. Hal ini memperbesar kemungkinan kecurangan yang dilakukan oleh petugas. Saat ini banyak reklame yang dipasang tetapi belum terdaftar sebagai wajib pajak pada Dinas Pendapatan. Ini dikarenakan kurang adanya pengecekan oleh seksi pendataan terhadap obyek pajak reklame. Sering sekali juga terjadi ketidakcocokan antara catatan yang ada pada kartu data dengan kenyataan di lapangan, yaitu menyangkut ukuran, jumlah, tempat pemasangan, serta jenis reklame sehingga merugikan Dinas Pendapatan. Kebocoran sering terjadi terutama untuk reklame insidentil yang masa pemasangan tidak begitu lama. Sering sekali petugas (petugas Satpol PP dan Dinas pendapatan) harus mencopot reklame-reklame tersebut karena tidak terdaftar sebagai wajib pajak pada Dinas Pendapatan.

Elemen kedua, adanya penjabaran tujuan ke dalam berbagai aturan pelaksana (SOP). Berkaitan dengan SOP, dalam pengimplementasian Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame juga telah dan ditetapkan suatu SOP atau juklak dalam bentuk sistem dan prosedur administrasi pajak daerah. Dalam sistem dan prosedur tersebut termuat berbagai langkah-langkah yang disebutkan secara terperinci dalam penarikan pajak yang meliputi tahap pendaftaran, pendataan dan penetapan.

Elemen ketiga, yaitu adanya kordinasi berbagai sumber dan pengeluaran pada kelompok sasaran, serta pembagian tugas di dalam dan di antara dinas-dinas/badan pelaksana dilapangan. Untuk proses yang ketiga ini dapat berbagai macam usaha untuk mengimplementasikan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame tersebut. Dalam rangka menjalin hubungan dengan kelompok sasaran, maka Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk mengadakan sosialisasi terhadap Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame. Sosialisasi ini juga dilakukan dalam rangka meningkatkan jumlah setoran pajak reklame. Dan, kegiatan koordinasi eksternal lembaga dalam hal ini koordinasi antar dinas (Dinas Pendapatan Kas Daerah) yang dilakukan adalah sebatas kegiatan penyetoran pajak serta evaluasi bersama apabila terjadi ketidaksesuaian antara data dengan jumlah pajak yang diterima. Untuk mengimbangi kegiatan eksternal organisasi tersebut, juga dilakukan koordinasi internal organisasi. Dalam lingkungan internal sering diadakan suatu rapat yang berfungsi untuk

menevaluasi kinerja para petugas yang ditugaskan merupakan gabungan dari seluruh sub dinas yang ada di Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk.

Elemen keempat, yaitu pengalokasian sumber-sumber untuk mencapai tujuan adapun sumber-sumber yang dialokasikan dalam rangka mengimplementasikan Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame. Ini meliputi sumber daya manusia, teknis juga finansial. Sumber daya manusia yaitu dengan dibentuknya unit-unit pasar untuk menarik pajak reklame di lapangan. Untuk sumber daya teknis, Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk berusaha untuk menggunakan fasilitas yang ada baik itu berupa kendaraan ataupun alat-alat kantor dalam rangka melakukan kegiatan penarikan pajak. Sedangkan untuk sumber daya finansial, Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk menggunakan anggaran yang disediakan, yang berasal dari APBD untuk memberikan intensif kepada petugas lapangan serta kegiatan lain yang berkaitan dengan penertipan reklame dan penarikan pajak, termasuk pajak reklame.

Sedangkan untuk menghemat waktu wajib pajak dalam memberikan proses ijin mendapatkan rekomendasi dari dinas perijinan, sebaiknya surat rekomendasi langsung diberikan pada saat itu juga dengan persyaratan yang telah dipenuhi wajib pajak atau satu hari setelah ijin dari dinas perizinan kepada wajib pajak. Sehingga dalam pengurusan ijin pajak reklame dapat dipercepat karena bisa mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Ini dikarenakan lamanya untuk menunggu surat rekomendasi dari dinas Perijinan selama tujuh hari bahkan bisa lebih.

1.2. Sistem Pemungutan Pajak Reklame

Untuk mencapai tujuan pemungutan pajak perlu memegang teguh azas-azas pemungutan pajak dalam memilih alternatif pemungutannya. Hal ini dikarenakan agar terdapat keserasian pemungutan pajak dengan tujuan dan azas yang masih diperlukan yaitu pemahaman atas perlakuan pajak tertentu. Azas-azas pemungutan pajak sebagaimana yang dikemukakan oleh Adam Smith sebagaimana yang dikutip oleh Setu Setawan dan Eny Suprapti (2002: 2) antara lain: 1) azas keadilan (*equality*), 2) azas kepastian (*certainty*), 3) azas ketepatan (*convencience*), 4) azas ekonomi (*economy*).

Selanjutnya mekanisme pemungutan pajak reklame akan dianalisa berdasarkan keempat azas tersebut. Azas keadilan (*equality*) berarti pemungutan pajak harus bersifat adil dan merata, yaitu dikenakan orang pribadi dan atau badan yang menyelenggarakan pemasangan reklame dengan kemampuan membayar pajak sesuai dengan manfaat yang diterima. Pada dasarnya pajak reklame ini dapat dikatakan adil dan merata karena dalam pajak reklame yang menjadi wajib pajak adalah semua orang pribadi dan atau badan yang menyelenggarakan pemasangan reklame baik toko, warung, perusahaan kecil maupun besar. Selain itu, besarnya pajak yang dikenakanpun sama yaitu sebesar 25 % dari nilai sewa reklame. Sedangkan nilai sewa pajak reklame dihitung berdasarkan lokasi penempatan, jenis reklame, jangka waktu penyelenggaraan, ketinggian dan ukuran media reklame. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pajak ini sama sekali tidak berpengaruh

terhadap penghasilan mereka, karena yang menjadi subyek pajak adalah konsumen yang menikmati hasil/manfaat dari orang atau badan yang menyelenggarakan pemasangan reklame sesuai kebutuhan konsumennya. Akan tetapi untuk manfaat, sebenarnya para wajib pajak tidak mendapat manfaat secara langsung karena pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah. Seperti yang tertulis dalam pasal 1 Undang-Undang No. 34 tahun 2000, pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerah dan pembangunan daerah. Lebih lanjut, sebagaimana yang diungkapkan oleh Rochmat Soemitro sebagaimana yang dikutip Mardiasmo (2002:1) mengatakan: Pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagai pajak daerah, wajib pajak reklame tidak akan mendapatkan kontra prestasi secara langsung.

Azas kedua yaitu azas kepastian (*certainty*), artinya penetapan pajak yang dibebankan kepada wajib pajak tidak sewenang-wenang. Oleh karena itu wajib pajak harus mengetahui secara jelas dan pasti tentang pajak yang terutang, kapan harus dibayar, serta batas waktu pembayaran. Berkaitan dengan penetapan pajak, pajak reklame ini ditetapkan dengan memiliki dasar hukum yaitu Peraturan Daerah

Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 tentang Pajak reklame. Kemudian peraturan daerah tersebut ditindak lanjuti melalui sistem dan prosedur administrasi pajak daerah. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 telah ditetapkan bahwa besarnya pajak reklame yaitu 25 % dari nilai sewa reklame. Sedangkan melalui sistem dan prosedur administrasi pajak daerah khususnya pada tahap penetapan dikeluarkan SKPD, dimana dalam SKPD tersebut tercantum besarnya/jumlah pajak yang terutang, waktu pembayaran, tempat pembayaran, serta tanggal jatuh tempo pembayaran.

Azas ketiga yaitu, azas ketepatan (*convencience*) artinya dalam pemungutan pajak sebaiknya memperhatikan saat-saat wajib pajak tidak mengalami kesulitan membayar pajak, misalnya pajak dipungut pada saat wajib pajak memperoleh penghasilan. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame telah ditentukan mengenai waktu pembayaran pajak reklame yang terutang yaitu paling lama 30 hari sejak SKPD diterima, apabila lewat batas waktu yang diberikan wajib pajak belum membayar dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2 % (dua persen) sebulan, dihitung dari pajak yang kurang atau terlambat dibayar untuk jangka waktu paling lama 24 (dua puluh empat) bulan dihitung sejak saat terutang pajak.

Azas keempat yaitu, azas ekonomi (*economy*) artinya Azas dalam pemungutan pajak harus memperhatikan biaya dan perolehan pajak, sehingga pemungutan pajak harus efisien sesuai dengan fungsi pajak. Berkaitan dengan azas

economy ini, sebagaimana telah dikemukakan diatas bahwa besarnya pajak reklame adalah 25 % dari nilai sewa reklame. Sedangkan nilai sewa pajak reklame dihitung berdasarkan lokasi penempatan, jenis reklame, jangka waktu penyelenggaraan, ketinggian dan ukuran media reklame. Selain itu dalam peraturan daerah itu tentang pajak reklame disebutkan bahwa wajib pajak dapat melakukan pengurangan, keringanan, dan pembebasan pajak. Lebih lanjut dalam pasal 17 ayat 2 menjelaskan membatalkan atau mengubah ketentuan pajak apabila terdapat kesalahan tulis, kesalahan hitung da atau kekeliruan dalam penerapan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah.

Adapun sistem pemungutan pajak yang digunakan sebagaimana yang tersebut dalam sistem dan prosedur administrasi perpajakan daerah adalah menggunakan dua sistem yaitu *official assesment system* dan *self assesment system*. *official assesment system* yaitu suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang. Sedangkan *Self assesment system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepercayaan dan tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, melaporkan, dan membayar sendiri besarnya pajak yang harus dibayar. Dalam kegiatan administrasi dan formulir yang dipergunakan dalam sistem dan prosedur administrasi pajak daerah yang membedakan keduanya adalah pada pendaftaran dan pendataan, serta tahap penetapan. Untuk tahap-tahap selanjutnya antara *official assesment system* dan *self assesment system* adalah sama atau tidak ada perbedaan.

1.3. Target dan Realisasi

Implementasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan-tujuan yang telah dipilih dan ditetapkan menjadi kenyataan, atau dengan kata lain penerapan perencanaan ke dalam praktek. Namun tidak semua program yang diimplimentasikan dapat berlangsung dengan lancar dan efektif. Gejala ini menurut Andrew Dunsire (Wahab, 2004: 61) dinamakan *Implementation gap*, sebagai suatu keadaan dimana dalam proses kebijakan selalu akan terbuka kemungkinan terjadinya perbedaan apa yang diharapkan (direncanakan) oleh pembuat kebijakan dengan apa yang senyatanya dicapai (sebagai hasil atau prestasi dari pelaksanaan kebijakan).

Menurut Walter Williams (Wahab, 2004:61), besar kecilnya tersebut sedikit banyak akan tergantung pada suatu hal yang disebut *Implementation capacity* dari organisasi atau kelompok organisasi atau aktor yang dipercaya untuk mengemban tugas mengimplementasikan kebijakan tersebut. *Implementation capacity* tidak lain adalah kemampuan suatu organisasi/aktor untuk melaksanakan keputusan kebijakan (*policy decision*) sedemikian rupa sehingga ada jaminan bahwa tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan dalam dokumen kebijakan dapat dicapai.

Seperti halnya teori diatas bahwa tidak semua perencanaan ditetapkan menjadi kenyataan, atau dengan kata lain penerapan perencanaan ke dalam praktek. Namun tidak semua program yang diimplimentasikan dapat berlangsung dengan lancar dan efektif. Kebijakan peningkatan pajak reklame sebagaimana terlihat pada perkembangan pajak reklame di Kabupaten Nganjuk dalam dimensi realisasi dan

kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah tidak semuanya mencapai target yang ditetapkan. Seperti penjasalam terdahulu bahwa salah satu kriteria yang dipakai untuk menilai tingkat keotonomian suatu daerah adalah diantaranya dengan melihat kemampuan finansial sebagai dukungan sendiri terhadap penyelenggaraan pemerintah yang otonom.

Berdasarkan data pada tabel 7 tentang target dan realisasi pajak reklame Kabupaten Nganjuk selama tahun anggaran 2002-2005 secara keseluruhan realisasi pajak reklame dari tahun ke tahun telah mencapai target yang telah ditetapkan, hanya pada tahun 2004 penerimaan pajak reklame yang tidak dapat mencapai target yang ditetapkan. Sedangkan penerimaan pajak reklame pada tahun 2002, 2003, dan 2005 melebihi target yang telah ditetapkan. realisasi pajak reklame yang telah mencapai dan melebihi target tersebut tidak lain disebabkan oleh faktor eksternal yaitu kondisi ekonomi makro yang telah menunjukkan adanya perbaikan dengan dilaksanakannya otonomi daerah yang telah berdampak terhadap meningkatnya jumlah pemasangan reklame dan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan ijin reklame sehingga kegiatan operasional penagihan kepada wajib pajak berjalan dengan lancar. Dengan adanya kepatuhan wajib pajak yang di barengi dengan kemudahan dalam memberikan ijin pemasangan reklame, serta semakin tumbuhnya kegiatan perekonomian kabupaten Nganjuk, dapat diprediksikan untuk tahun-tahun ke depan pendapatan pajak reklame dapat ditingkatkan lebih maksimal lagi. Untuk diketahui Dinas Pendapatan merupakan lahan yang paling “basah” diantara dinas/instansi yang

lainnya dan merupakan instansi yang dapat memprediksi berapa besar pemasukan yang dapat ditargetkan untuk pemasukan tahun mendatang. Karena Dinas Pendapatan mempunyai data yang lebih lengkap mengenai potensi pajak daerah, retribusi dan pendapatan lainnya. Namun disayangkan seperti yang telah disebutkan oleh subdin pendataan dan pendaftaran dinas pendapatan kabupaten Nganjuk sebenarnya tidak ada yang pasti berkenaan dengan penetapan target pajak reklame setiap tahunnya.

Pada seksi pendataan dan seksi penagihan sangatlah riskan terjadinya kebocoran, apabila dalam pelaporan jumlah pajak reklame dapat dikorupsi dengan cara mengurangi jumlah reklame yang di data, seperti apabila ada 7 (tujuh) reklame yang ada di lapangan dikatakan ada 5 (lima) yang 2 (dua) dikorupsi oleh petugas. Untuk menghindari kebocoran seperti itu perlu adanya pengawasan dan diperketatnya pengecekan laporan pajak reklame oleh petugas yang terkait. Dengan begitu pendapatan dari pajak reklame dapat ditingkatkan, selain itu dinas pendapatan harus mampu memprediksi dengan seksama target yang dapat ditetapkan untuk tahun anggaran mendatang dengan mengandalkan data-data yang akurat yang dipunyai. Supaya tidak terjadi lagi target pajak reklame yang mengalami penurunan, maka perlu adanya pembenahan dan koordinasi antar petugas secara tanggung jawab dan transparansi dalam menjalankan tugas masing-masing.

1.4. Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Nganjuk

Seperti yang diketahui, bahwa setiap kebijakan akan membawa dampak baik besar maupun kecil terhadap perkembangan masyarakat. Semua itu tidak terlepas dari adanya kebijakan publik dan kepentingan publik. Seperti yang diungkapkan oleh Islamy (2004: 10) bahwa:

“Menurut konsep demokrasi modern, kebijakan publik tidaklah hanya berisi cetusan pikiran atau pendapat para pejabat yang mewakili rakyat, tapi opini publik (public opinion) juga mempunyai porsi yang sama besarnya untuk didisikikan (tercermin) dalam kebijakan-kebijakan publik. Setiap kebijakan harus selalu berorientasi pada kepentingan publik (public interest)”.

Dari pengertian diatas, maka dapat diketahui bahwa suatu kebijakan itu harus selalu mampu mewujudkan segala tindakan-tindakan negara, untuk itu sangat diharapkan adanya peran pemerintah dalam melakukan pelayanan terhadap semua kepentingan publik. Dengan demikian, kebijakan publik harus lebih peka terhadap kepentingan masyarakat umum, sehingga hal inilah yang mampu memberi gambaran yang jelas antara hubungan dengan pemerintah dengan masyarakat dalam menjalankan semua sistem kewarganegaraan dan tujuan-tujuan publik untuk menjadikan kebijakan yang akan dilahirkan mempunyai nilai yang sangat penting dan bernilai.

Berpijak pada teori diatas, kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dapat memberikan peranan dalam membantu penyelenggaraan kegiatan pemerintahan daerah baik kegiatan rutin maupun pembangunan. Walaupun

kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Nganjuk rata sebesar 3.5 % tiap tahunnya, dengan realisasi pajak reklame yang cenderung meningkat tentunya sedikit memberikan arti bagi pemerintahan Kabupaten Nganjuk dalam mengintensifkan dan memperluas kegiatan pelayanan sebagai wujud penyelenggaraan otonomi daerah. Data ini secara keseluruhan dapat memberi makna bahwa implementasi pajak reklame di Kabupaten Nganjuk tidak membawa konsekuensi yang negatif, terhadap kegiatan perekonomian masyarakat Kabupaten Nganjuk.

Dinas Pendapatan sebagai organisasi/instansi pemerintah yang memiliki tanggung jawab dibidang pendapatan daerah, faktor efektifitas dan efisiensi sangat diprioritaskan dalam pelaksanaan tata kerja dinas pendapatan daerah. Penerapannya ini diutamakan pada tingkat unit-unit pelaksana teknis beserta seluruh bagian organisasi yang berkaitan. pengelolaan pajak reklame diawasi sedemikian ketat dengan melalui beberapa tahapan yang mana seluruh aktivitas dicatat ke dalam buku-buku pembantu beserta formulirnya yang dijadikan sebagai bukti transaksi, baik itu dalam sistem dan prosedur pendataan pajak reklame, maupun dalam penerimaannya kembali beserta hasil pemungutan pajak reklame.

Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Nganjuk dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah khususnya dari sektor reklame ini adalah dengan cara menekan seminimal mungkin terjadinya kebocoran, baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi. Seperti disertakannya kelengkapan

persyaratan dalam rekomendasi ijin pemasangan pajak reklame yang di daftarkan ulang di Dinas Pendapatan untuk diproses lebih lanjut mengenai pengenaan besarnya pajak yang harus ditanggung, tentunya upaya ini harus dengan cara mengadakan pendekatan dan koordinasi kepada instansi pemberi ijin reklame agar persyaratan pemberian ijin dapat disertakan. Upaya menekan kebocoran juga dapat dilakukan dengan cara memberikan insentif kepada petugas pendata reklame dan pemungut pajak reklame. Ataupun dengan cara mengadakan kerja sama dalam melakukan pendataan obyek dan subyek pajak reklame.

2. Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dalam Implementasi Peraturan Daerah Nomor 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame

Kebanyakan kebijakan berbentuk peraturan dan lainnya berbentuk ketentuan, sehingga memerlukan proses implementasi untuk menampakkan hasil (out put) dan masalah kebijakan tidak terbatas pada perwujudan secara riil tetapi juga mempunyai kaitan dengan konsekuensi atau dampak yang akan nampak pada pelaksanaan kebijakan tersebut. Setiap kebijakan sebenarnya mengandung resiko untuk gagal (*policy failure*). Kegagalan tersebut biasanya tergolong dalam dua kategori yaitu *non implementasi* (tidak terimplementasikan) dan *unsuccessful implementation* (implementasi yang tidak berhasil). Dalam implementasi Peraturan Daerah nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame, sesuai data hasil penelitian ternyata cenderung

pada *unsuccessful implementation* Kebijakan pajak reklame karena kebijakan tersebut *bad luck* (kebijaksanaan itu bernasib jelek).

Terbatasnya dana dan tenaga/petugas dalam lapangan, Untuk tenaga pendata ada 2 di Dinas Pendapatan, sedangkan 18 orang untuk wilayah pungut pasar untuk 20 kecamatan yang ada di Kabupaten Nganjuk, idealnya untuk wilayah pungut pasar tenaga yang dibutuhkan seharusnya 20 atau disesuaikan dengan jumlah pasar yang ada di setiap kecamatan. Mengingat di setiap kecamatan terdapat 2 sampai 3 pasar yang cukup besar. serta petugas Satpol PP untuk menertipkan reklame yang pemasangannya tidak sesuai dengan ijin yang telah ditentukan/melanggar, misalnya dipasang dipohon dengan cara dipaku yang dapat menyebabkan rusak/mati pohon, atau masa pemasangan reklame sudah habis oleh wajib pajak tidak segera dibongkar sendiri. Keterbatasan sumber ini mengakibatkan tidak maksimal penertipkan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk. Seperti halnya yang dikemukakan oleh beberapa ahli ada syarat-syarat yang menunjang terlaksananya implementasi yang baik. Menurut Brian W. Hogwood dan Lewis A. Gunn yang dikenal dengan model “the top down approach”, Dengan model ini, implementasi kebijakan dapat dilaksanakan dengan baik melalui syarat-syarat yang diantaranya tersedianya sumber-sumber yang cukup memadai.

Kendala yang lain dalam implementasi peraturan daerah tersebut tentang pajak reklame di Kabupaten Nganjuk juga berupa kendala struktural menyangkut kegagalan komunikasi di dalam jaringan kerja antar organisasi yang mana dinas/unit

terkait dengan sistem dan prosedur pengelolaan pajak reklame yang setingkat bahkan ada yang berada dibawah dinas/unit yang harus mengelola keuangan daerah. Tidak terimplementasinya kebijakan sistem pendataan dan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Nganjuk juga diakibatkan oleh belum siapnya sumber daya aparatur yang mempunyai kemampuan dalam bidang perpajakan. sumber daya aparatur yang ada lebih banyak merupakan lulusan yang bukan mempunyai keahlian dalam bidang perpajakan, sehingga tidak berlebihan jika dalam implementasi pajak reklame yang menyangkut prosedur pendataan dan pemungutan pajak reklame banyak mengalami kesulitan. Seperti Bapak Mudjiyanto seksi pendaftaran dan pendataan yang merupakan lulusan SMA melakukan tugasnya berdasarkan pengalamannya bekerja selama di dinas pendapatan. Selain itu lamanya mencari pengganti pada pos sub bagian ketenagaan, sub bagian keuangan, Sub. Bag Umum, Sub Dinas penagihan, dan Seksi Dokumentasi dan Pengolahan Data yang selama tahun 2005 masih kosong.

Kendala intitusional yang berkaitan dengan *lack of planning for implementation* (lemahnya perencanaan bagi implementasi) antara lain seperti terlihat pada manajemen pendatan dan investisasi potensi yang belum mengadopsi program network area. Apabila potensi yang dikelola tanpa perencanaan yang baik, jika dibiarkan terus menerus dan tidak dilakukan pembenahan, maka pendapatan dari sektor pajak reklame akan mengalami kesulitan untuk tahun-tahun mendatang. Pengelolaan pajak reklame yang baik tentunya diperlukan sumber daya pengelola

yang berkualitas yang menguasai benar baik secara teoritik maupun praktek mengenai manajemen perpajakan, bukan dikelola oleh pejabat fungsional pemerintah yang tidak professional di bidang perpajakan.

Lemahnya perencanaan implementasi yaitu kurangnya sosialisasi peraturan daerah tentang pajak reklame yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Nganjuk, baik kepada wajib pajak maupun kepada petugas sendiri. Untuk yang ini, kurangnya sosialisai kepada petugas sendiri, sesuai dengan hasil pengamatan dan pembicaraan tidak resmi dengan beberapa petugas pendata dan pemungutan pajak reklame, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut terjadi karena yang dikirim untuk mengikuti diklat berkenaan dengan Sistem pendataan dan pemungutan pajak reklame sesuai dengan Kepmendagri nomor 43 tahun 1999 hanyalah para kepala bagiannya saja. Sedangkan para petugas yang secara langsung melaksanakan pendataan dan pemungutan hanyalah mendapatkan penjelasan dari para kepalanya. Padahal penjelasan para kepala tersebut belum tentu dapat diserap dengan bagus atau bisa jadi penjelasannya sendiri tidak jelas.

Hal ini juga perlu diperhatikan karena setiap kebijakan pemerintah pusat dan daerah menyangkut pajak reklame merupakan kebijakan publik yang berdampak luas dan kompleks bagi masyarakat. Kebijakan yang dikeluarkan dalam meningkatkan pemasukan pendapatan asli daerah dari sektor pajak reklame tentunya mengharapkan adanya kepatuhan dari mereka-mereka (wajib pajak) yang menjadi sasaran kebijakan (*policy target*). Seperti yang dikemukakan oleh Kemudian Islamy

(2004: 107) mengatakan bahwa suatu kebijakan publik menjadi efektif bila dilaksanakan dan mempunyai dampak positif bagi anggota-anggota masyarakat. Dengan kata lain, tindakan atau perbuatan manusia yang menjadi anggota masyarakat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemerintah atau negara. Dengan kepatuhan yang dimiliki oleh kelompok sasaran (wajib pajak) maka tujuan kebijakan akan lebih mudah untuk dicapai, untuk itu sosialisasi kebijakan pajak reklame dan kebijakan sistem pendaftaran, pendataan, penagihan dan pemungutan di Kabupaten Nganjuk harus dilakukn secara sungguh-sungguh dan merta kepada segenap masyarakat yang menjadi target kebijakan.

Khusus terhadap implementasi pajak reklame di Kabupaten Nganjuk yang merupakan sumber penerimaan yang potensial ternyata masih mengalami beberapa kendala yang bersifat teknis dan non teknis. berdasarkan data hasil penelitian, kendala-kendala yang bersifat teknik antara lain berupa sulitnya koordinasi antara instansi terkait (Satpol PP dan Dinas Perijinan) keterbatasan sarana (transportasi dan fasilitas yang ada pada Dinas Pendapatan sendiri seperti komputer, mesin foto copy, tata ruang kerja yang tidak kondusif untuk pelayanan dll) dan kesulitan mendata serta menginventarisir obyek pajak reklame. Kendala-kendala yang bersifat non teknis keengganan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk untuk bekerja sama dengan pihak ketiga dalam peningkatan pendapatan pajak reklame.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian sebagaimana analisis dalam bab sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Peraturan daerah nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame di Kabupaten Nganjuk merupakan suatu kebijakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak reklame yang dilakukan oleh pemerintahan Kabupaten Nganjuk merupakan kebijakan dalam bentuk intensifikasi. Intensifikasi dimaksud sebagai kebijakan Pemerintah Kabupaten Nganjuk mengintensifkan obyek-obyek pajak reklame yang ada sehingga dapat memberikan hasil yang lebih maksimal.
2. Realisasi pajak reklame secara keseluruhan pada tahun anggaran 2002 -2005 melebihi target yang telah ditetapkan. Realisasi pajak reklame paling besar terjadi pada tahun anggaran 2005 sebesar 120,57 % dari target yang ditentukan. Sedangkan kontribusi pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah rata-rata sebesar 3.5 %. Dan Dinas Pendapatan Daerah Nganjuk merupakan instansi yang bertanggung jawab langsung mengenai penerimaan daerah melalui pajak dan retribusi daerah.

3. Kendala yang dihadapi dalam Implementasi Perda nomor 03 tahun 2005 tentang pajak reklame yang menyangkut sistem pendaftaran, pendataan dan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Nganjuk adalah:

- a) Terbatasnya dana dan tenaga, Untuk tenaga pendata ada 2 di Dinas Pendapatan, sedangkan 18 orang untuk wilayah pungut pasar untuk 20 kecamatan yang ada di Kabupaten Nganjuk. Serta kurangnya koordinasi dengan petugas satpol PP dalam lapangan untuk pendataan atau penertipan reklame yang pemasangannya tidak sesuai dengan ijin yang telah ditentukan/melanggar, misalnya dipasang dipohon dengan cara dipaku yang dapat menyebabkan rusak/mati pohon, atau masa pemasangan reklame sudah habis oleh wajib pajak tidak segera dibongkar sendiri.
- b) Kurang efektifnya komunikasi dalam melakukan koordinasi di dalam menjalankan tugas masing-masing aparaturnya maupun antar dinas terkait, sehingga apabila terjadi permasalahan tentang pajak reklame, tidak dapat mengambil tindakan/ keputusan dengan cepat dalam menyelesaikan masalah tersebut.
- c) Kurangnya sosialisasi tentang proses perizinan pemasangan reklame terhadap masyarakat, sehingga menimbulkan ketidak patuhan wajib pajak dalam pemasangan reklame. Hal ini dapat mempengaruhi pendapatan pajak reklame karena banyaknya reklame yang tidak terdata dan ketertipan pemasangan reklame tidak sesuai dengan ijin yang telah ditentukan.

- d) Selain itu keengganan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk untuk mengadakan kerja sama dengan pihak ketiga dalam peningkatan pendapatan pajak reklame. Hal ini belum terpikirkan oleh Dinas Pendapatan Daerah Nganjuk dikarekanan masih minimnya tenaga profesional dan manajemen yang baik untuk mendukung kebijakan dalam memajukan peningkatan pajak khususnya pajak reklame.

B. Saran-saran

- a) Untuk mengatasi keterbatasan dana operasional penertipan reklame dan fasilitas kerja yang dimiliki, Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk dapat mengajukan anggaran yang dibutuhkan kepada pemerintah Kabupaten Nganjuk. Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk harus menyakinkan berbagai pihak yang terkait bahwa dengan fasilitas baru, kerja akan bisa meningkat yang berarti pula bisa meningkatkan penerimaan pajak. Sehingga dengan meningkatnya penerimaan pajak maka PAD Kabupaten Nganjuk juga akan turut meningkat
- b) Untuk dapat menunjang Pendapatan Asli Daerah, Upaya intensifikasi dan transparansi terhadap pajak reklame ini dapat dilakukan dengan mencari obyek pajak reklame baru atau dengan mencari/menyediakan tempat (lokasi) pemasangan reklame baru yang dapat diijinkan dengan letak yang strategis pula. Serta melakukan sosialisasi terhadap Peraturan Daerah No. 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame lebih sering dan kerja sama dengan pihak ketiga

untuk mengelola reklame yang dapat meningkatkan pendapatan pajak reklame.

- c) Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk harus konsekuen dalam menjalankan peraturan daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame. Seperti disebutkan dalam hasil penelitian bahwa wajib pajak masih ada yang tidak mematuhi untuk membayar pajak, yang dilakukan Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk hanya mencoret nama wajib pajak tersebut. Padahal dalam peraturan daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame telah dicantumkan perihal sanksi yang diberikan kepada wajib pajak yang menunggak pajak. Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk seharusnya memberikan saksi sebagaimana diatur dalam peraturan daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 tentang pajak reklame karena kebijakan dibuat sebagai pedoman dalam bertindak.
- d) Perlu diadakan diklat bagi semua petugas lapangan berkenaan dengan prosedur pendaftaran, pendataan, dan pemungutan terhadap pajak daerah. Upaya perbaikan juga harus dilakukan terhadap sarana dan prasarana yang ada dinas pendapatan seperti komputer, mesin foto copy, loket pembayaran dan penataan ruang kerja yang kondusif agar dapat memberikan pelayanan yang baik, serta koordinasi yang lebih baik antar bagian dinas dalam Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk maupun dengan pihak-pihak lain khususnya dengan petugas satpol PP dalam menertipkan reklame yang melanggar peraturan atau tidak ada ijinnya. Koordinasi ini dapat melalui rapat secara kontinyu baik itu bersifat eksternal maupun internal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 1990. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baritwan, Z. 1991. *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode*. Yogyakarta: BPFE.
- Buku Nganjuk Dalam Angka Tahun 2004 : Badan Pusat Statistik Kabupaten Nganjuk.
- Dunn, William N. 2003. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Edisi kedua*: Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Dokumentasi Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk
- Faisal, Sanapiah. 1993. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Islamy, M. Irfan. 2004. *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Koentjoroningrat, 1990. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Mardiasmo, 2002: *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Marzuki, 1987. *Metode Riset*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- Miles, Matthew B, dan A. Michael Hurbeman. 1992. *Analisa Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, 1993. *Sistem Akuntansi, Edisi-3*, Yogyakarta. BP STIE.
- Munawir, S. 1992. *Perpajakan*. Yogyakarta: Liberti.
- Poerwadarminto, WJS. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Putra, F. 2001. *Paradigma Kritis Dalam Studi Kebijakan Publik*: Yogyakarta: Balai Pustaka.
- Setiawan. Setu dan Eny. Suprpti, 2002. *Perpajakan*. Malang: Bayu Media dan UMM Press.
- Singarimbun, Masri dan Soffian Efendi, 1998. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soekarno, SD. 2000. *Public Policy (Pengertian Pokok Untuk Memahami dan Analisa Kebijaksanaan Pemerintahan)*. Surabaya: Airlangga University Press
- Soetrisno, PH. 1982. *Dasar-Dasar Ilmu Keuangan Negara*. Yogyakarta: FE UGM
- Wahab, Sholichin Abdul. 2004. *Analisis Kebijakan dari Formulasi ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sumber undang-undang / Peraturan Daerah:

Undang-Undang nomor 34 tahun 2000 tentang perubahan atas undang-undang nomor 18 tahun 1997 tentang pajak daerah retribusi daerah.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

Kepmendagri Nomor 43 Tahun 1999 Tentang Sistem dan Prosedur Administrasi Pajak Daerah, Retribusi Daerah dan Penerimaan Pendapatan Lain-Lain

Peraturan Daerah Kabupaten Nganjuk Nomor 03 Tahun 2005 Tentang Pajak Reklame.

Contoh : SURAT PEMBERITAHUAN PAJAK DAERAH (SPTPD)

PEMERINTAHAN..... DAERAH TINGKAT..... DINAS PENDAPATAN DAERAH JL	No. SPTPD : Masa Pajak : Tahun Pajak :
--	--

SPTPD
 (SURAT PEMBERITAHUAN PAJAK DAERAH)
 PAJAK REKLAME

N. P. W. P. D <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Kepada Yth. di
--	---

PERHATIAN :

- Harap diisi dalam rangkap dua (2) ditulis dengan huruf CETAK
- Beri nomor pada kotak yang tersedia untuk jawaban yang diberikan
- Setelah diisi dan ditanda tangani, harap diserahkan kembali kepada Dinas Pendapatan Daerah paling lambat pada tanggal (Official Assesment) dan tanggal 20 bulan berikutnya (Self Assesment).
- Keterlambatan Penyerahan dari tanggal tersebut diatas akan dilakukan Penetapan Secara Jabatan untuk WP yang berdasarkan Official Assesment dan denda untuk WP yang berdasarkan Self Assesment

A. DIISI OLEH WAJIB PAJAK

1. Data obyek pajak

No.	Jenis Reklame Dan judul (Lihat Keterangan)	Lokasi Pemasangan	Ukuran	Jumlah	Batas / Jangka Waktu Pemasangan
1.	Jenis <input type="checkbox"/> Judul :	P m L m T m s/d
2.	Jenis <input type="checkbox"/> Judul :	P m L m T m s/d
3.	Jenis <input type="checkbox"/> Judul :	P m L m T m s/d
4.	Jenis <input type="checkbox"/> Judul :	P m L m T m s/d
5.	Jenis <input type="checkbox"/> Judul :	P m L m T m s/d

Keterangan :

Jenis Reklame 1. Reklame papan/biiboard/megatron 2. Reklame kain 3. Reklame melekat (stiker) 4. Reklame selebaran Reklame 5. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan	Ukuran : P = Panjang L = Lebar T = Tinggi 6. Reklame udara 7. Reklame suara 8. Reklame film / slide 9. Reklame peragaan
---	--



Tabel 4
Jenis pajak dan besarnya tarif pajak reklame permanen

A. REKLAME PERMANEN

NO	JENIS PAJAK	MASA PAJAK	NILAI STRATEGIS / m2					NILAI NJOP / m2					Tarif (%)		
			UTAMA	A	B	C	D	E	UTAMA	A	B	C		D	E
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1.	Papan Nama Tiang	1 Tahun	50.000	45.000	45.000	40.000	35.000	30.000	90.000	85.000	80.000	80.000	80.000	75.000	25 %
2.	Papan Nama Bersinar	1 Tahun	50.000	40.000	32.500	27.500	20.000	12.500	125.000	125.000	87.500	75.000	50.000	25.000	25 %
3.	Papan Nama Tiang Toko	1 Tahun	37.500	35.000	30.000	25.000	20.000	20.000	62.000	55.000	50.000	45.000	40.000	40.000	25 %
4.	Baliho	1 Bulan	12.000	10.000	9.000	7.500	6.500	6.500	25.000	22.500	20.000	17.500	15.000	12.500	25 %

Sumber: Dinas Pendapatan Kabupaten Nganjuk

Keterangan : NJOP = Nilai Jual Obyek Pajak

Tabel 5
Jenis pajak dan besarnya tarif pajak reklame insidentil

B. REKLAME INSIDENTIL

NO	JENIS REKLAME	MASA PAJAK	NILAI STRATEGIS	NJOP	TARIF	KET
1	2	3	4	5	6	7
1	Spanduk (7m)	1 Bulan	4.000 /m	30.000	25 %	
2	Umbul-umbul (4m)	1 Bulan	4.000 /m	25.000	25 %	
3	Spanduk / Layar Cover (30-40m)	1 Bulan	250.000	375.000	25 %	
4	Spanduk / Layar Cover (20-30m)	1 Bulan	150.000	300.000	25 %	
5	Layar / Tenda Toko	1 Bulan	4.000 /m	12.500	25 %	
6	Tinplante	1 Tahun	-	12.500 /lembar	25 %	
7	Selebaran	-	-	50 /lembar	25 %	
8	Poster / Stiker	-	-	2.500 /lembar	25 %	
9	Udara / BO	-	-	5.000 /lembar	25 %	
10	Slide / Film	-	-	10.000 /lembar	25 %	

Sumber: Dinas Pendapatan Kabupaten Nganjuk

Keterangan : NJOP = Nilai Jual Obyek Pajak

Tabel 2
STRUKTUR KEPEGAWAIAN DINAS PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN NGANJUK TAHUN 2006

NO	NAMA/ KEDUDUKAN	PENDIDIKAN	MASA KERJA	STATUS KEPEGAWAIAN	JUMLAH
1	Drs. Pudjianto, MM (Kepala Dinas)	S2	23 tahun 2 bulan	PNS	1
2	Drs. Suhartoyo (Bag. Tata Usaha)	S1	21 tahun 1 bulan	PNS	1
3	Kosong (Sub. Bag Ketenagaan)				
4	Kosong (Sub. Bag Keuangan)				
5	Kosong (Sub. Bag Umum)				
6	Drs. Suhartadi, MM (Sub Dinas pendaftaran, Pendataan, dan Penetapan)	S2	21 tahun 1 bulan	PNS	1
7	Mudjianto (Seksi Pendaftaran dan pendataan)	SMA	17 tahun 4 bulan	PNS	1
8	Kosong (Seksi Dokumentasi dan Pengolahan Data)				
9	Mardjuki (Seksi Perhitungan dan Penerbitan Surat ketetapan)	SMA	17 tahun 4 bulan	PNS	1
10	Kosong (Sub Dinas penagihan)				
11	Soejono (Seksi Penagihan Pajak Daerah)	SMA	21 tahun 3 bulan	PNS	1
12	Sudarmadi (Seksi Penagihan Retribusi Daerah)	SMA	24 tahun 7 bulan	PNS	1
13	Sutardji, S.Sos (Seksi Penagihan Penerimaan Daerah Lainnya)	S1	21 tahun 7 bulan	PNS	1

14	Drs Waluyo (Sub Dinas Pembukuan dan Pelaporan)	S1	30 tahun	PNS	1	
15	Endang Lukitaningsih, SE (Seksi Penerimaan)	S1	23 tahun 11 bulan	PNS	1	
16	Djayusman (Seksi Benda Berharga)	SMA	21 tahun 3 bulan	PNS	1	
17	Dra. Hetty Eloza (Seksi Pelaporan)	S1	11 tahun 7 bulan	PNS	1	
18	Soegiarto, Sos, M.si (Sub Dinas perencanaan dan Pengendalian Operasional)	S2	21 tahun	PNS	1	
19	Soemarsono (Seksi Perencanaan Pendapatan)	SMA	19 tahun 9 bulan	PNS	1	
20	Hadi Soetrisno, SH (Seksi Pengendalian Operasional)	S1	18 tahun 1 bulan	PNS	1	
21	Drs. Imam Wahyudi (Seksi Analisis Dan Pengembangan Pendapatan)	S1	10 tahun 1 bulan	PNS	1	
22	Karyawan	S1 (4 orang)	20-14 tahun	PNS	4	
		SMA (24 orang)	33-10 tahun	PNS	24	
23	Karyawan	S1 (5 orang)	7 tahun 6 bulan	SK Bupati/Honorar	5	
		SMA (11 orang)	7 tahun 6 bulan	SK Bupati/Honorar	11	
24	Karyawan	S1(1 orang)	7 tahun 6 bulan	SK Dinas/Honorar	1	
		SMA (2 orang)	7 tahun 6 bulan	SK Dinas/Honorar	2	
JUMLAH		PNS : 44 orang		SK Bupati : 16 oarang	SK Dinas : 3 oarang	63

Sumber : Dokumen Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Nganjuk