

**PELAKSANAAN PENGENAAN KEWAJIBAN PAJAK REKLAME
BERJALAN PADA KENDARAAN BERMOTOR MENURUT
PASAL 31 AYAT (2) HURUF E PERATURAN DAERAH KOTA
MALANG NO 2 TAHUN 2015**

(Studi di Badan Pendapatan Daerah Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Hukum

OLEH:

YUSUF WAHYU PRAYUDHA

NIM: 165010107111187



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

MALANG

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pelaksanaan Pengenaan Kewajiban Pajak Reklame Berjalan Pada Kendaraan Bermotor Menurut Pasal 31 Ayat (2) Huruf E Peraturan Daerah Kota Malang No 2 Tahun 2015 (Studi Di Badan Pendapatan Daerah Kota Malang)

Identitas Penulis

a. **Nama** : Yusuf Wahyu Prayudha

b. **NIM** : 165010107111187

Konsentrasi : Hukum Administrasi Negara

Jangka Waktu Penulisan : 6 (enam) Bulan

Disetujui pada tanggal :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Dewi Cahyandari, S.H., M.H.
NIP. 2016079001312001

Dr. Iwan Permadi, S.H., M.H.
NIP. 197201172002121002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Hukum



Dr. Sukarmi, S.H., M.Hum
NIP. 196705031991032002

HALAMAN PENGESAHAN

Pelaksanaan Pengenaan Kewajiban Pajak Reklame Berjalan Pada Kendaraan Bermotor Menurut

Pasal 31 Ayat (2) Huruf E Peraturan Daerah Kota Malang No 2 Tahun 2015

(Studi Di Badan Pendapatan Daerah Kota Malang)

Oleh

Yusuf Wahyu Prayudha

NIM. 165010107111187

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Majelis Penguji pada tanggal (....) 2020 dan disahkan pada tanggal (....) 2020

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Dewi cahyandari, S.H., M.H.

Dr. Iwan Permadi, S.H., M.H.

NIP. 2016079001312001

NIP. 197201172002121002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Hukum



Dr. Sukarmi, S.H., M.Hum

NIP. 196705031991032002

RINGKASAN

“Yusuf Wahyu Prayudha, Hukum Administrasi Negara, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, November 2020, Pelaksanaan Pengenaan Kewajiban Pajak Reklame Berjalan Pada Kendaraan Bermotor Menurut Pasal 31 Ayat (2) Huruf E Peraturan Daerah Kota Malang No 2 Tahun 2015(Studi Di Badan Pendapatan Daerah Kota Malang) Dr. Iwan Permadi, S.H., M.H.,Dr Dewi Cahyandari, S.H., M.H.

Dalam skripsi ini penulis mengangkat permasalahan terkait tentang pengenaan kewajiban pajak bagi objek pajak reklame berjalan di kota malang. Dalam pemilihan tema tersebut dilatar belakangi karena peneliti masih banyak menemukan para pemilik usaha yang memanfaatkan reklame berjalan sebagai salah satu cara mempromosikan subjek yang yang menjadi usahanya tidak memiliki izin dan tidak membayar pajak Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Sosio Legal* dengan menggunakan pendekatan Yuridis Sosiologis.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa Pasal 31 Ayat (2) Peraturan Daerah Kota Malang tahun 2015 Tentang Pajak Daerah belum sepenuhnya berjalan secara efektif dikarenakan beberapa faktor dari teori efektivitas hukum yang dikemukakan Lawrence M. Friedman tidak terpenuhi. Hal ini dikarenakan pihak Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dan juga dipengaruhi oleh masyarakat yang masih kurangnya kesadaran dan pengetahuan tentang peraturan yang berlaku. Upaya yang dilakukan pihak Badan Pendapatan Daerah Kota Malang sudah cukup baik namun dapat ditingkatkan lagi.”

SUMMARY

Yusuf Wahyu Prayudha, State Administrative Law, Faculty of Law, Brawijaya University, November 2020, Implementation Of Current Reclame Tax Obligation On Motor Vehicles According To Article 31 Verse (2) Letter E Regional Regulation Of Malang City No 2 Year 2015(Study At The Malang City Regional Revenue Agency)., Dr. Iwan Permadi, S.H., M.H., Dr Dewi Cahyandari, S.H., M.H.

In this thesis the writer raises related problems regarding the imposition of tax obligations for tax objects running advertisements in the city of Malang. In choosing this theme, the background is because researchers still find many business owners who use walking advertisements as a way of promoting subjects whose businesses do not have permits and do not pay taxes. The method used in this study uses socio-legal by using a sociological juridical approach.

From the results of the research conducted by the author, it can be concluded that Article 31 Paragraph (2) of the 2015 Regional Regulation of Malang City regarding Regional Taxes has not been fully implemented effectively due to several factors from the theory of legal effectiveness put forward by Lawrence M. Friedman which are not fulfilled. This is because the Malang City Regional Revenue Agency is also influenced by the community who still lacks awareness and knowledge of applicable regulations. The efforts made by the Malang City Regional Revenue Agency are good enough but can be improved again.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. ORISINALITAS	4
C. RUMUSAN MASALAH	8
D. TUJUAN PENELITIAN	8
E. MANFAAT PENELITIAN	8
F. METODE PENELITIAN	10
G. DEFINISI OPERASIONAL	13
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
A. KAJIAN UMUM TENTANG TEORI KEWENANGAN	14
B. KAJIAN UMUM TENTANG TEORI KEPASTIAN HUKUM	15
C. KAJIAN UMUM TENTANG EFEKTIFITAS HUKUM	16
D. KAJIAN UMUM TENTANG PAJAK	19
1. PENGERTIAN PAJAK	19
2. JENIS-JENIS PAJAK	21
E. KAJIAN UMUM TENTANG TEORI PEMUNGUTAN PAJAK	24
F. KAJIAN UMUM TENTANG PAJAK REKLAME	25
G. KAJIAN UMUM TENTANG PENDAPATAN ASLI DAERAH	26
BAB III	27
HASIL DAN PEMBAHASAN	27
A. GAMBARAN UMUM LOKASI PEMBAHASAN	27
1. Gambaran Umum Tentang Kota Malang	27

2.	Sejarah Kota Malang	29
3.	Visi dan Misi Kota Malang.....	31
B.	GAMBARAN UMUM TENTANG BADAN PENDAPATAN DAERAH KOTA MALANG	Error! Bookmark not defined.
1.	Sejarah Badan Pendapatan Daerah Kota Malang	31
2.	Tugas Pokok Dan Fungsi Badan Pendapatan Daerah Kota Malang	32
3.	Visi Dan Misi Badan Pendapatan Daerah Kota Malang	34
4.	Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Malang	34
C.	PENGENAAN KEWAJIBAN PAJAK REKLAME BERJALAN PADA KENDARAAN BERMOTOR DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MALANG(TINJAUAN PERATURAN DAERAH KOTA MALANG MALANG NOMOR 2 TAHUN 2015)	35
1.	Pengawasan yang dilakukan Badan Pendapatan Daerah Kota Malang terhadap Pajak Reklame Berjalan	Error! Bookmark not defined.
2.	Prosedur Pelayanan dan Pembayaran Pajak Reklame Berjalan	35
3.	Hambatan yang Ditemui Badan Pendapatan Daerah Kota Malang Dalam Pengawasan Pajak Reklame Berjalan	47
BAB IV		53
PENUTUP		53
A. KESIMPULAN.....		53
B. SARAN.....		54
DAFTAR PUSTAKA		55

DAFTAR TABEL

Tabel 1

Tabel 2

Tabel 3

Tabel 4



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1

Gambar 2

Gambar 3

Gambar 4

Gambar 5



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

"Pembangunan Nasional merupakan kegiatan yang berlangsung terus menerus dan berkesinambungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat baik materiil maupun spiritual. Perbuatan nyata untuk merealisasikan tujuan tersebut adalah mewujudkan kemandirian Negara untuk menggali sumber dana dalam penerimaan Negara berupa pajak. Pajak digunakan untuk mendanai pembangunan yang berguna bagi seluruh lapisan masyarakat. Pajak sendiri merupakan pendapatan masing-masing daerah yang diperuntukkan dalam menyelenggarakan otonomi daerah itu sendiri."

"Dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan, Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas daerah-daerah provinsi dan daerah provinsi terdiri atas daerah-daerah kabupaten dan kota. Tiap-tiap daerah tersebut mempunyai hak dan kewajiban mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahannya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat.¹ Untuk menyelenggarakan pemerintahan tersebut, Daerah berhak mengenakan pungutan kepada masyarakat. Berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menempatkan perpajakan sebagai salah satu perwujudan kenegaraan, ditegaskan bahwa penempatan beban kepada rakyat, seperti pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa diatur dengan Undang-Undang. Dengan demikian, pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah harus didasarkan pada Undang-Undang.²

Pengaturan mengenai pajak dan retribusi daerah berlaku sejak diundangkannya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (selanjutnya disebut 'UU Pajak Daerah dan Retribusi Daerah'). Dalam peraturan tersebut pemerintah daerah diberikan

¹ Penjelasan atas Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

² *Ibid*

diberikan kewenangan untuk memungut pajak dan retribusi daerah dalam rangka menyelenggarakan otonomi daerahnya masing-masing. Pajak Daerah merupakan salah satu komponen penting dalam penerimaan yang dimiliki oleh daerah. Pengelolaan pajak daerah tersebut tentunya harus diperhatikan dengan baik. Dalam hal ini masyarakat menjadi objek penarikannya sekaligus menjadi objek yang diharapkan menikmati hasil dari pajak tersebut. Maka dari itu kualitas pelayanan harus ditingkatkan. Pengelolaan pajak daerah yang baik menandakan bahwa Pemerintah Kota Malang telah menjalankan amanat rakyat dan amanat pemerintah dengan baik.³

Mengacu pada asas pemerintahan yang baik, maka Pemerintah Kota Malang dalam hal ini berusaha untuk mengakomodir masukan-masukan dari masyarakat yang juga merupakan subjek pajak. Serta melihat pesatnya kemajuan dan perkembangan kota, Pemerintah Kota Malang juga berusaha untuk melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap potensi pemasukan melalui pajak daerah demi kepentingan masyarakat Kota Malang.⁴ Atas dasar tersebut pemerintah Kota Malang mengundang Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tentang Pajak Daerah (selanjutnya disebut 'Perda Kota Malang tentang Pajak daerah').

Salah satu yang menjadi objek pajak daerah yaitu Pajak Reklame. Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah daerah. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Menurut UU Pajak Daerah dan Retribusi Daerah menyebutkan bahwa :

"Reklame adalah benda alat, perbuatan, atau media yang bentuk corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersil memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum."⁵

Reklame menjadi salah satu alat atau media pilihan bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki agar dapat dibaca dan

³ Penjelasan atas Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 16 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah

⁴ *Ibid*

⁵ Pasal 1 angka 27 Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

dilihat oleh masyarakat umum secara luas. Dengan menggunakan reklame, pelaku usaha dapat menampilkan produk usahanya secara kreatif dengan menambahkan beberapa tulisan atau gambar untuk menarik perhatian masyarakat umum. Reklame dapat ditemukan di beberapa tempat seperti pada papan reklame toko, videotron, billboard restoran, maupun pada persimpangan jalan.

Perkembangan jaman dan teknologi pada saat ini, membuat munculnya alat atau media baru dalam mempromosikan produk dan jasa usaha dalam bentuk lain, tidak hanya reklame yang bersifat tetap (konvensional), tetapi juga reklame berjalan. Reklame berjalan pada umumnya dapat ditemukan pada kendaraan bermotor. Penggunaan reklame berjalan dapat ditemukan pada kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

Keunggulan menggunakan reklame berjalan yaitu dapat digunakan pada kendaraan bermotor, kendaraan dapat berjalanan melintasi jalan-jalan di Kota yang tentunya dapat dilihat oleh masyarakat umum. Selain itu, reklame berjalan yang dipadukan dengan teknologi modern, misalnya papan iklan dari produk dapat berganti dengan sistem slide yang unik sehingga memancing perhatian dari orang yang di melihatnya. reklame bergerak umumnya digunakan untuk launching produk meskipun banyak juga yang memasang iklan dari produk-produk yang sudah ternama.

Pemerintah kota Malang telah mengatur mengenai pengenaan pajak pada reklame, menurut Pasal 31 ayat (1) Perda Kota Malang tentang Pajak Daerah, menyebutkan bahwa: *Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan reklame.* Pada Pasal 31 ayat (2) huruf e menyebutkan bahwa: *Objek pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi: Reklame berjalan termasuk pada kendaraan.*

Berdasarkan ketentuan di atas, dapat disimpulkan bahwa Reklame berjalan pada kendaraan bermotor merupakan salah objek pajak daerah, pelaku usaha di kota Malang yang menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum untuk mempromosikan produk atau jasa usaha dengan tujuan komersil agar dapat dibaca dan dilihat oleh masyarakat umum wajib membayar pajak kepada pemerintah kota Malang melalui Dinas Pendapatan Daerah.

Namun pada praktiknya, beberapa pelaku usaha yang menggunakan reklame berjalan pada kendaraan bermotor sebagai alat atau media mempromosikan usahanya tidak mengetahui terkait kewajiban membayar pajak tersebut, salah satunya Bapak Joko yang memasang reklame pada angkutan umum miliknya, *"saya tidak mengetahui jika reklame pada mobil milik saya ternyata dikenakan pajak, karena saya menerima sejumlah uang oleh sales agar menempelkan reklame tersebut pada mobil saya"*.⁶ Adapun bapak Yono yang memasang reklame pada mobil pribadinya, *"saya tidak mengetahui tersebut, saya kira pajak hanya dikenakan pada media yang tetap dan juga belum pernah ditegus oleh intansi terkait"*⁷

"Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha tidak mengetahui mengenai pengenaan pajak pada kendaraan bermotor dan tidak adanya penindakan dari Dinas Pendapatan Daerah kota Malang sehingga pelaku usaha tersebut tidak membayar pajak. Hal ini tentu menjadi masalah bagi pemerintah daerah kota Malang, yang mana objek pajak reklame berjalan pada kendaraan bermotor tentu dapat menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota Malang yang dapat digunakan untuk kepentingan pembangunan daerah. Dinas Pendapatan Daerah yang merupakan intansi yang berwenang untuk melakukan pemungutan pajak daerah memiliki peran penting agar dapat dilaksanakannya pengenaan wajib pajak pada reklame berjalan dapan berjalan dengan baik, atas dasar latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul" **"Pelaksanaan Pengenaan Kewajiban Pajak Reklame Berjalan Pada Kendaraan Bermotor (Studi di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang)"**

B. ORISINALTIAS

NO	Nama Peneliti Dan Asal Instansi	Judul Dan Tahun Penelitian	Rumusan Masalah	Keterangan
1.	R. Oki Ilham Wardana Fakultas Hukum Universitas Brawijaya	"EFEKTIVITAS PASAL 24 AYAT 2 TERKAIT OBJEK PAJAK REKLAME PERATURAN	1)bagaimana Efektivitas pelaksanaan Pasal 24 Ayat 2 Terkait Objek Pajak Reklame	Bahasan milik saudara oki membahas tentang peran pemerintah dalam

⁶ Hasil wawancara dengan bapak Joko, (hari, tanggal, pukul) SEBELUM SIDPRO

⁷ Hasil wawancara dengan bapak Yono (HARI, TANGGAL PUKUL) SEBELUM SIDPRO.

	Skripsi	DAERAH KABUPATEN MOJOKERTO NOMOR 1 TAHUN 2011 TENTANG PAJAK DAERAH (Studi di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Mojokerto) 2017"	Peraturan Daerah Kabupaten Mojokerto Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah (Pajak Daerah 2)apa Hambatan dalam pelaksanaan Pasal 24 Ayat 2 Terkait Objek Pajak Reklame Peraturan Daerah Kabupaten Mojokerto Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah	menyelenggarakan akan peraturan tersebut terkait pajak yang diberlakukan terhadap reklame yang melakukan menunggakan
2.	Abdurahman Abdurahman Fakultas Hukum Universitas Brawijaya/Skripsi	PELAKSANAAN PASAL 21 PERATURAN BUPATI BLITAR NOMOR 39 TAHUN 2012 TENTANG PEDOMAN PELAKSANAAN PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME TERKAIT PENAGIHAN PAJAK REKLAME	1. Apa hambatan pelaksanaan pasal 21 Peraturan Bupati Blitar Nomor 39 Tahun 2012 tentang Pedoman Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame terkait penagihan	Bahasan milik saudar Abdurrahman membahas untuk mengetahui pelaksanaan pasal 21 Peraturan Bupati Blitar Nomor 39 Tahun 2012 tentang Pedoman Pelaksanaan



			pajak reklame	Pemungutan Pajak Reklame terkait penagihan pajak reklame. Dalam Pelaksanaan penerimaan pajak daerah masih terbentur pada berbagai kendala, salah satu kendalanya adalah tingginya angka tunggakan pajak, baik yang murni penghindaran pajak (tax avoidance) dari masyarakat karena masyarakat merasa rugi bila membayar
--	--	--	---------------	---

				pajak maupun ketidakmampuan masyarakat dalam membayar utang pajak.
3.	Annas Adi Nugroho Fakultas Hukum Universitas Brawijaya / Skripsi	"OPTIMALISASI PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME BERJALAN PADA KENDARAAN BERDASARKAN PERATURAN DAERAH KOTA MALANG NOMOR 16 TAHUN 2010 SEBAGAI POTENSI SUMBER PENDAPATAN ASLI DAERAH (Studi Di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang)"	1. hambatan yang dihadapi dalam melaksanakan optimalisasi pemungutan pajak reklame berjalan pada kendaraan 2. solusi pemerintah dalam hambatan yang dihadapi dalam melaksanakan optimalisasi pemungutan pajak reklame berjalan	Bahasan milik saudara annas membahas Melihat masih banyaknya wajib pajak yang belum menyadari akan adanya peraturan terkait pemungutan pajak terhadap objek pajak reklame berjalan pada kendaraan ini mengindikasikan bahwa masih ada potensi pajak daerah di Kota Malang ini yang

			pada kendaraan	belum optimal untuk dimanfaatkan sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah
--	--	--	----------------	--

C. RUMUSAN MASALAH

Sesuai dari uraian latar belakang yang telah di jabarkan diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pelaksanaan Pengenaan Kewajiban Pajak Reklame Berjalan pada Kendaraan Bermotor dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kota Malang?
2. Apa hambatan serta solusi Dinas Pendapat Daerah Kota Malang dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Malang dari Pengenaan Pajak Reklame Berjalan Pada Kendaraan Bermotor?

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, Penulis melakukan penelitian dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan, mengidentifikasi dan menganalisa pengenaan kewajiban pajak reklame berjalan pada kendaraan bermotor ddi Kota Malang
2. Mendeskripsikan, mengidentifikasi dan menganalisa apa hambatan bagi dinas pendapatan Kota Malang dalam pengenaan kewajiban pajak reklame berjalan pada kendaraan bermotor di Kota Malang

E. MANFAAT PENELITIAN

Adapun hasil penelitian ini setidaknya memiliki dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1. MANFAAT TEORITIS

Untuk memperkaya ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu hukum dan pengembangan ilmu pengetahuan secara umum. Dalam hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada mahasiswa pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya Pelaksanaan Pasal 31 Ayat (2) Huruf e Peraturan Daerah Kota Malang.

2. MANFAAT PRAKTIS

a. Bagi penulis

1) Untuk menambah wawasan dan pengetahuan di bidang Hukum Administrasi Negara dalam hal Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame Berjalan.

2) Sebagai bahan pembelajaran dalam aplikasi ilmu yang telah diperoleh saat perkuliahan dengan realitas yang ada di lapangan sebagai sarana memperluas pengetahuan dan pengalaman sebelum terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya.

b. Bagi Pengguna Objek Pajak Reklame Berjalan

Untuk menambah wawasan para pengguna wajib pajak reklame berjalan bawasannya reklame berjalan adalah salah satu objek pajak sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang pajak daerah.

c. Bagi Masyarakat

Menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat di bidang hukum khususnya dalam hal administrasi Negara tentang pemungutan pajak reklame berjalan.

d. Bagi Lembaga atau Institusi

1) Dapat memberikan kontribusi atau masukan yang positif bagi lembaga atau instansi tempat penelitian untuk membantu meningkatkan kinerja di masa depan mengenai pelaksanaan pemungutan pajak reklame berjalan.

2) Membantu proses pekerjaan secara umum pada lembaga atau instansi terkait tempat penelitian.

e. Bagi Fakultas Hukum

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas jaringan kerja sama antara Fakultas Hukum Universitas Brawijaya dengan perusahaan dan lembaga lain yang terkait dengan peningkatan mutu pendidikan dalam mata kuliah Hukum Administrasi Negara pada umumnya, Hukum keuangan negara, dan Hukum pajak.

F. "METODE PENELITIAN"

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan Penelitian Empiris. Penelitian hukum empiris mengkaji hukum yang dikonsepsikan sebagai perilaku nyata (actual behavior), sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang dialami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat⁸. Sejalan dengan pengertian tersebut, penulis akan menganalisis Kewenangan Kewenangan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang terkait pelaksanaan Peraturan daerah Kota Malang Nomor 2 tahun 2015 pasal 31 ayat 2 huruf e Tentang Pajak Daerah terkait Pengenaan Pajak Bagi Reklame Berjalan Pada Kendaraan. Dengan demikian, jenis penelitian Empiris adalah jenis penelitian yang cocok dalam penelitian ini."

2. Pendekatan Penelitian

"Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis adalah mengidentifikasi dan mengkonsepsikan hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan nyata.⁹ Pendekatan penelitian yuridis sosiologis, artinya suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan nyata masyarakat atau lingkungan masyarakat dengan maksud dan tujuan untuk menemukan fakta (*fact-finding*), yang kemudian menuju pada identifikasi (*problem-identification*) dan pada akhirnya menuju kepada penyelesaian masalah (*problem-solution*).¹⁰"

Pendekatan yuridis sosiologis menekankan penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan hukum secara empiris dengan jalan terjun langsung ke obyeknya, yaitu mengetahui bagaimana peran serta masyarakat dan tanggung jawab pemerintah daerah Kota Malang dalam peningkatan pendapatan daerah Kota Malang melalui pajak reklame berjalan pada kendaraan bermotor.

Kemudian diteliti dari segi ilmu hukum atau dihubungkan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang mana biasanya disebut sebagai pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)

⁸ Abdulkadir Muhammad. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung. 2004. Hlm 54

⁹ Soerjono Soekanto. **Pengantar Penelitian Hukum**. Jakarta. Penerbit Indonesia Press. 1986. Hlm 51

¹⁰ Soejono Soekanto, **Pengantar Penelitian Hukum**, UI Press, Jakarta, 1982, hlm. 10

dilakukan dengan menelaah semua regulasi atau peraturan perundang-undangan yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang akan diteliti.

3. Alasan Penelitian Lokasi

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Malang

b. Alasan Pemilihan Lokasi

Bahan alasan pemilihan lokasi dilakukan di Kota Malang dikarenakan banyaknya para pengguna pajak reklame berjalan belum mengetahui tentang adanya peraturan terkait reklame berjalan dan banyak para pengguna pajak reklame berjalan tidak melakukan kewajibannya sebagai masyarakat yang taat dan sadar terhadap pentingnya membayar pajak

c. Alasan Yuridis

Alasan yuridis dari pemilihan lokasi penelitian karena Dinas pendapatan daerah Kota Malang sebagai instansi yang bertanggung jawab atas pendapatan daerah Kota Malang serta mempunyai peran penting terhadap terlaksananya pemungutan pajak dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Malang

4. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer didapatkan dari pengalaman penulis serta pendapat dari narasumber atau responden

b. Data Sekunder

Data sekunder didapatkan dari informasi yang berupa dokumen yang terdiri dari arsip, laporan, notulensi, risalah, perjanjian dan lain-lain.

c. Sumber Data Primer

Sumber data primer berasal dari subyek penelitian secara langsung

d. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder berasal dari Lembaga, Institusi, Atau Individu.

5. Teknik Memperoleh Data

Analisis bahan hukum dilakukan dengan cara untuk memperoleh informasi. Metode ini adalah suatu upaya yang pada dasarnya menerangkan, menjelaskan, menegaskan baik dalam arti memperluas maupun membatasi/ mempersempit pengertian hukum yang ada dalam rangka penggunaannya untuk memecahkan masalah atau persoalan yang sedang dihadapi.¹¹ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Teknik Studi Pustaka:

Studi pustaka dapat dilakukan dengan mempelajari dan memahami isi literatur (buku), jurnal, dokumen, baik dokumen resmi maupun dokumen pribadi. Studi pustaka berguna dalam penelitian karena dengan penelitian kualitatif dan bersifat ilmiah serta sesuai dengan konteks.¹² Dalam proses penelitian, peneliti akan mengkaji beberapa pustaka berupa buku, penelitian terdahulu, maupun dokumen terkait dengan fokus penelitian buku dan penelitian terdahulu yang menjelaskan mengenai konsep ruang publik akan menjadi sumber data bagi peneliti dalam memperkuat konsep yang digunakan selanjutnya, peneliti mengumpulkan beberapa dokumen – dokumen yang nantinya akan menjadi data tambahan bagi peneliti.

b. Teknik Wawancara:

“Metode wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan¹³. Sedangkan pendapat lain mengatakan bahwa wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yaitu wawancara yang akan mengajukan pertanyaan dan orang yang akan diwawancarai yang

¹¹ <http://www.ensikloblogia.com/2016/08/pengertian-penafsiran-hukum-dan-macam.html>
Diakses pada 12 November 2019 Pukul 02:13 WIB.

¹² Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif Bandung: Remaja Rodakarya 2012 Hal.28

¹³ Arikunto Suharsimi, Suhardjono, Supardi, *Op.cit.* Hlm. 99.

akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara yang juga dikenal dengan interview adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban responden dicatat atau direkam. Selain itu wawancara juga dapat dilakukan melalui telepon. Teknik wawancara dapat digunakan pada responden yang buta huruf atau tidak terbiasa membaca atau menulis, termasuk anak-anak. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). Wawancara dapat dilakukan dengan tatap muka maupun melalui telpon.”

G. "DEFINISI OPERASIONAL

1. Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang

Dinas pendapatan daerah kota malang dalam hal ini mempunyai wewenang perihal retribusi daerah terkait pajak reklame berjalan yang ada di kota Malang.

2. Peraturan Daerah

Peraturan daerah atau (Perda) adalah peraturan perundang-undangan tingkat daerah yang dibentuk oleh pemerintah daerah.

3. Kewenangan

Kewenangan adalah hak dan kekuasaan yang dimiliki untuk melakukan sesuatu. Kewenangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kewenangan Dinas Pendapatan Kota Malang melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindakan pidana di dalam Peraturan Daerah.

4. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah berorientasi pada aktivitas, tindakan, aksi atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi tidak hanya sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan terencana untuk mencapai suatu tujuan kegiatan.”

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. KAJIAN UMUM TENTANG TEORI KEWENANGAN

Menurut kamus praktis Bahasa Indonesia yang disusun oleh A.A. Waskito, kata kewenangan memiliki arti hak dan kekuasaan yang dipunyai untuk melakukan sesuatu. Istilah kewenangan tidak dapat disamakan dengan istilah urusan karena kewenangan dapat diartikan sebagai hak dan kewajiban untuk menjalankan satu atau beberapa fungsi manajemen (pengaturan, perencanaan, pengorganisasian, pengurusan dan pengawasan) atas suatu objek tertentu yang ditangani oleh pemerintahan.¹⁴ Seiring dengan pilar utama Negara¹⁵ yaitu asas legalitas, berdasarkan prinsip ini tersirat bahwa wewenang pemerintahan berasal dari Peraturan Perundang-Undangan, artinya sumber wewenang bagi pemerintah adalah Peraturan Perundang-Undangan.¹⁶ Kekuasaan atau kewenangan senantiasa ada dalam segala lapangan kehidupan, baik masyarakat yang sederhana apalagi pada masyarakat yang sudah maju.¹⁷

1. Kewenangan Atribusi

Indroharto berpendapat bahwa pada atribusi terjadi pemberian wewenang pemerintahan yang baru oleh suatu atau diciptakan suatu wewenang baru.

2. Kewenangan Delegasi

¹⁴ Agussalim Andi Gadjong, **Pemerintahan Daerah Kajian Politik Hukum**, Ghalia Indonesia, Bogor, 2007, hlm. 95

¹⁵ Menurut Jimly Asshiddiqie: Dalam konsep Negara hukum, diidealkan bahwa yang harus menjadi panglima dalam seluruh dinamika kehidupan kenegaraan adalah hukum, bukan politik maupun ekonomi. Jimly Asshiddiqie, **Pokok-Pokok Hukum Tata Negara Indonesia Pasca Reformasi**, Bhuana Ilmu Populer, Jakarta, 2007, hlm. 297

¹⁶ Uliandri, **Asas-Asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Yang Baik Gagasan Pembentukan Undang-Undang Berkelanjutan**, Cetakan 2, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 249.

¹⁷ Yuslim, **Kewenangan Gubernur Sebagai Wakil Pemerintah Dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Kabupaten/Kota Menurut Undang-Undang Dasar 1945**, Ringkasan Disertasi, Universitas Andalas, Padang, 2014, hlm. 8.

Pada delegasi terjadilah pelimpahan suatu wewenang yang telah ada oleh badan atau jabatan tata usaha Negara yang telah memperoleh wewenang pemerintahan secara atributif kepada badan atau jabatan tata usaha Negara lainnya, jadi suatu delegasi selalu didahului oleh adanya suatu atribusi wewenang.

3. Kewenangan Mandat

Pada mandat tidak dibicarakan penyerahan-penyerahan wewenang, tidak pula pelimpahan wewenang, dalam hal mandat tidak terjadi perubahan wewenang apapun (setidaknya dalam arti yuridis formal), yang ada hanyalah hubungan internal.

B. KAJIAN UMUM TENTANG TEORI KEPASTIAN HUKUM

Menurut pendapat radbuch, Pengertian hukum dapat dibedakan dalam tiga aspek yang ketiga-tiganyadiperlukan untuk sampai pada pengertian hukum yang memadai, aspek pertama ialah keadilan dalam arti sempit, keadilan ini berarti kesamaan hak untuk semua orang di depan peradilan, aspek kedua ialah tujuankeadilan atau finalitas, aspek ini menentukan isi hukum, sebab isi hukum memang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, aspek ketiga ialah kepastian hukum atau legalitas, aspek itu menjamin bahwa hukum dapat berfungsi sebagai peraturan.¹⁸

Tugas hukum adalah untuk mencapai kepastian hukum demi adanya ketertiban dan keadilan di dalam masyarakat. Menurut Soerjono Soekanto, kepastian hukum mengharuskan diciptakannya peraturan-peraturan umum atau kaedah-kaedah yang berlaku umum, supaya tercipta suasana yang aman dan tentram di dalam masyarakat.¹⁹

Kepastian hukum dapat dicapai apabila situasi tertentu:²⁰

1. Tersedia aturan-aturan hukum yang jelas (jernih), konsisten dan mudah diperoleh (accessible);

¹⁸ Theo Huijbers, *Filsafat Hukum Dalam Lintasan Sejarah*, Yogyakarta, Kasius, hlm.163.

¹⁹ Soerjono Soekanto, *Beberapa Permasalahan Hukum dalam Kerangka Pembangunan di Indonesia (suatu tinjauan secara sosiologis)*, cetakan keempat, Jakarta, Universitas Indonesia, hlm. 55.

²⁰ Jan Michael Otto, *Kepastian Hukum di Negara Berkembang, Terjemahan Tristam Moeliono*, Komisi Hukum Nasional Jakarta, 2003, hlm. 25

2. Instansi-instansi penguasa (pemerintah) menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten dan juga tunduk dan taat tersebut;
3. Warga secara prinsipil menyesuaikan perilaku mereka terhadap aturan-aturan tersebut.
4. Hakim-hakim (peradilan) yang mandiri dan tidak berpihak menerapkan aturan-aturan hukum tersebut secara konsisten sewaktu-waktu mereka menyelesaikan sengketa;
5. Keputusan peradilan secara kongkrit dilaksanakan;

Kepastian hukum merupakan pertanyaan yang hanya bisa dijawab secara normatif, bukan sosiologis, kepastian hukum secara normatif adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas dalam artian tidak menimbulkan keragu-raguan (*multi-tafsir*) dan logis dalam artian menjadi suatu sistem norma dengan norma lain sehingga tidak berbenturan atau menimbulkan konflik norma.

C. KAJIAN UMUM TENTANG EFEKTIFITAS HUKUM

"Lawrence M. Friedman mengemukakan bahwa efektif dan berhasil tidaknya penegakan hukum tergantung tiga unsur sistem hukum, yakni struktur hukum (struktur of law), substansi hukum (substance of the law) dan budaya hukum (legal culture). Struktur hukum menyangkut aparat penegak hukum, substansi hukum meliputi perangkat perundang-undangan dan budaya hukum merupakan hukum yang hidup (living law) yang dianut dalam suatu masyarakat. Dengan melihat pengertian dari teori M. Friedman kita dapat menarik kesimpulan bahwasanya ketiga unsur hukum itu harus berjalan bersama agar hukum yang di buat untuk menegakan keadilan itu dapat berjalan efektif, dan keadilan yang di rasakan oleh masyarakat yang di atur oleh hukum itu sendiri."

1. Substansi Hukum (legal substance)

"Substansi hukum bisa dikatakan sebagai norma, aturan, dan perilaku nyata manusia yang berada pada sistem itu, di dalam substansi hukum ada istilah "produk" yaitu suatu keputusan yang baru di susun dan baru di buat yang mana di sini di tekankan pada suatu hukum akan di buat jika melalui peristiwa terlebih dahulu. Seperti tertulis pada KUHP pasal 1 di tentukan "tidak ada suatu perbuatan pidana yang dapat di hukum jika tidak ada aturan yang mengaturnya",

system ini sangat mempengaruhi system hukum di Indonesia. Peluang besar bagi seorang pelanggar hukum untuk lari dari sebuah sanksi dari tindakan yang menyalahi hukum itu sendiri. Sudah banyak kasus yang terjadi di Indonesia, yang disebabkan lemahnya system yang sehingga para pelanggar hukum itu seolah meremehkan hukum yang ada. Subtansi hukum juga mencakup hukum yang hidup (living law), bukan hanya aturan yang ada dalam kitab undang-undang (law books). Sebagai negara yang masih menganut sistem Civil Law Sistem atau sistem Eropa Kontinental (meski sebagian peraturan perundang-undangan juga telah menganut Common Law)."

"Masalah yang disebabkan subtansi karna Indonesia masih menggunakan hukum eropa continental jadi hukum nya itu menganut sisitem yang belanda dan hukum itu pun di buat sejak dulu, contoh seorang pencuri ayam di malang mencuri ayam di kota A, dan di kota B itu sudah berbeda sansi yang di terima . nah itu lah salah satu kelemahan dari hukum yang kita anut di bangsa ini."

2. Struktur Hukum

Struktur hukum, yaitu kerangka bentuk yang permanen dari sistem hukum yang menjaga proses tetap berada di dalam batas-batasnya. Struktur terdiri atas: jumlah serta ukuran pengadilan, yurisdiksinya (jenis perkara yang diperiksa serta hukum acara yang digunakan), termasuk di dalam struktur ini juga mengenai penataan badan legislative.

"Teori Lawrence Meir Friedman yang Kedua : Struktur Hukum/Pranata Hukum: Dalam teori Lawrence Meir Friedman hal ini disebut sebagai sistem Struktural yang menentukan bisa atau tidaknya hukum itu dilaksanakan dengan baik. Struktur hukum berdasarkan UU No. 8 Tahun 1981 meliputi; mulai dari Kepolisian, Kejaksaan, Pengadilan dan Badan Pelaksana Pidana (Lapas). Kewenangan lembaga penegak hukum dijamin oleh undang-undang. Sehingga dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya terlepas dari pengaruh kekuasaan pemerintah dan pengaruh-pengaruh lain. Hukum tidak dapat berjalan atau tegak bila tidak ada aparat penegak hukum yang kredibilitas, kompeten dan independen. Seberapa bagus suatu peraturan

perundang-undangan bila tidak didukung dengan aparat penegak hukum yang baik maka keadilan hanya angan-angan. Lemahnya mentalitas aparat penegak hukum mengakibatkan penegakkan hukum tidak berjalan sebagaimana mestinya. Banyak faktor yang mempengaruhi lemahnya mentalitas aparat penegak hukum diantaranya lemahnya pemahaman agama, ekonomi, proses rekrutmen yang tidak transparan dan lain sebagainya. Sehingga dapat dipertegas bahwa faktor penegak hukum memainkan peran penting dalam memfungsikan hukum. Kalau peraturan sudah baik, tetapi kualitas penegak hukum rendah maka akan ada masalah.

Demikian juga, apabila peraturannya buruk sedangkan kualitas penegak hukum baik, kemungkinan munculnya masalah masih terbuka.”

“Masalah yang ditimbulkan dari struktur hukum yaitu sekarang banyak kasus penyelewengan kewenangan di ranah penegak hukum kepolisian yang banyak melakukan pelanggaran contohnya, banyak polisi lalu lintas yang menyalahi aturan seperti melakukan Tilang tapi akhirnya minta uang, dan melakukan pengoperasian tapi taka da surat izin dan lain sebagainya. Sebagai Penegak hukum seharusnya bisa menjadi wadah penampung aspirasi masyarakat ini malah menjadi musuh nyata bagi masyarakat, lihat saja sekarang masyarakat lagi mempercayai eksistensi penegak hukum di negeri ini.”

3. Budaya Hukum

“Budaya hukum ini pun dimaknai sebagai suasana pikiran sosial dan kekuatan sosial yang menentukan bagaimana hukum digunakan, dihindari, atau disalahgunakan. Selanjutnya Friedman merumuskan budaya hukum sebagai sikap-sikap dan nilai-nilai yang ada hubungan dengan hukum dan sistem hukum, berikut sikap-sikap dan nilai-nilai yang memberikan pengaruh baik positif maupun negatif kepada tingkah laku yang berkaitan dengan hukum. Demikian juga kesenangan atau ketidak senangan untuk berperkara adalah bagian dari budaya hukum. Oleh karena itu, apa yang disebut dengan budaya hukum itu tidak lain dari keseluruhan faktor yang menentukan

bagaimana sistem hukum memperoleh tempatnya yang logis dalam kerangka budaya milik masyarakat umum. Maka secara singkat dapat dikatakan bahwa yang disebut budaya hukum adalah keseluruhan sikap dari warga masyarakat dan sistem nilai yang ada dalam masyarakat yang akan menentukan bagaimana seharusnya hukum itu berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan.”

“Hubungan antara tiga unsur sistem hukum itu sendiri tak berdaya, seperti pekerjaan mekanik. Struktur diibaratkan seperti mesin, substansi adalah apa yang dikerjakan dan dihasilkan oleh mesin, sedangkan kultur hukum adalah apa saja atau siapa saja yang memutuskan untuk menghidupkan dan mematikan mesin itu, serta memutuskan bagaimana mesin itu digunakan. Dikaitkan dengan sistem hukum di Indonesia, Teori Friedman tersebut dapat kita jadikan patokan dalam mengukur proses penegakan hukum di Indonesia. Polisi adalah bagian dari struktur bersama dengan organ jaksa, hakim, advokat, dan lembaga permasyarakatan. Interaksi antar komponen pengabdian hukum ini menentukan kokohnya struktur hukum. Walau demikian, tegaknya hukum tidak hanya ditentukan oleh kokohnya struktur, tetapi juga terkait dengan kultur hukum di dalam masyarakat. Namun demikian, hingga kini ketiga unsur sebagaimana dikatakan oleh Friedman belum dapat terlaksana dengan baik, khususnya dalam struktur hukum dan budaya hukum. Sebagai contoh, dalam struktur hukum, Anggota polisi yang diharapkan menjadi penangkap narkoba, polisi sendiri ikut terlibat dalam jaringan narkoba. Demikian halnya para jaksa, sampai saat ini masih sangat sulit mencari jaksa yang benar-benar jujur. Karna masih banyak pelanggaran yang dilakukan oleh jaksa-jaksa yang ada di negeri ini.”

D. KAJIAN UMUM TENTANG PAJAK

1. PENGERTIAN PAJAK

“Pajak adalah pungutan wajib dari rakyat untuk negara. Setiap sen uang pajak yang dibayarkan rakyat akan masuk dalam pos pendapatan negara dari sektor pajak. Penggunaannya untuk membiayai belanja pemerintah pusat maupun daerah demi

kesejahteraan masyarakat. Uang pajak digunakan untuk kepentingan umum, bukan untuk kepentingan pribadi. Pajak merupakan salah satu sumber dana pemerintah untuk mendanai pembangunan di pusat dan daerah, seperti membangun fasilitas umum, membiayai anggaran kesehatan dan pendidikan, dan kegiatan produktif lain. Pemungutan pajak dapat dipaksakan karena dilaksanakan berdasarkan undang-undang.”

“Pengertian pajak berdasarkan UU Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 1 tentan Ketentuan umum dan tata cara pemungutan pajak (KUP) adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dalam pengertian pajak tersebut ada beberapa komponen yang WAJIB Anda tahu yaitu:

1. Pajak adalah Kontribusi Wajib Warga Negara ;
2. Pajak bersifat MEMAKSA untuk setiap warga Negara ;
3. Dengan membayar pajak, Anda tidak akan mendapat imbalan langsung ;
4. Pajak berdasarkan Undang-Undang;²¹”

“Pengertian pajak sebagai kontribusi wajib warga negara adalah setiap orang memiliki kewajiban untuk membayar pajak. Namun dalam UU KUP juga sudah dijelaskan, walaupun pajak merupakan kontribusi wajib seluruh warga negara, namun hal itu hanya berlaku untuk yang memenuhi syarat subjektif dan objektif. Sedangkan Pengertian Pajak yang Bersifat Memaksa di sini berarti bahwa jika seseorang sudah memenuhi syarat subjektif maupun syarat objektif, maka Anda wajib untuk membayar pajak Anda. Dalam undang-undang pajak juga sudah dijelaskan bahwa jika Anda dengan sengaja tidak membayar pajak yang seharusnya Anda bayarkan, maka ada sanksi administratif maupun hukuman secara pidana. Pajak berbeda dengan retribusi. Jika Anda pernah membayar uang parkir, itu adalah

²¹ Undang Undang KUP Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 1

salah satu bentuk dari retribusi. Ketika Anda mendapat manfaat parkir, maka Anda harus membayar sejumlah uang, itulah retribusi.

Namun pajak tidak seperti itu. Pajak adalah salah satu sarana pemerataan pendapatan bagi warga negara."

2. JENIS-JENIS PAJAK

"Macam-macam pajak di Indonesia dibagi menjadi dua: pajak pusat dan pajak daerah. Pembahasan mengenai macam-macam pajak akan membantu wajib pajak memahami perpajakan di Indonesia.

Pajak merupakan tulang punggung pendapatan negara. Peran pajak sangat besar dalam pembangunan negara. Sebagai warga negara yang baik, kita tidak hanya wajib membayar pajak melainkan mengetahui perpajakan di Indonesia termasuk macam-macam pajak dan fungsi pajak bagi negara."

a. "Pajak Penghasilan (PPH)

Pajak Penghasilan (PPH) merupakan pungutan yang dikenakan kepada orang pribadi atau badan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam suatu tahun pajak. Penghasilan tersebut dapat berupa keuntungan usaha, gaji, honorarium, hadiah, dan lain sebagainya.

Subjek PPH sendiri terbagi menjadi dua yaitu wajib pajak dalam dan luar negeri. Menurut ketentuan perpajakan di Indonesia, mereka adalah pihak yang membayar, memotong, dan memungut pajak yang terutang atas objek pajak.

Objek PPH merupakan setiap penghasilan yang diterima atau diperoleh wajib pajak. Penghasilan tersebut diperoleh wajib pajak dari dalam maupun luar negeri."

b. "Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak Pertambahan Nilai atau PPN merupakan pungutan yang dibebankan atas transaksi jual beli barang dan jasa yang dilakukan wajib pajak pribadi atau wajib pajak badan yang telah menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP). Dalam peredarannya, pajak ini dilakukan antara produsen ke konsumen. PPN juga masuk dalam kategori jenis pajak tidak langsung.

Jadi, yang memiliki kewajiban untuk memungut, menyeter, dan melaporkan PPN adalah produsen. Sedangkan yang berkewajiban untuk membayar PPN adalah konsumen akhir.

Objek pajak atau orang yang dikenakan PPN diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1984 tentang PPN dan perubahannya yakni Undang-Undang 42 Tahun 2009 yang mulai berlaku sejak 1 Januari 2010. Dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1984 tentang PPN disebutkan, pungutan ini dikenakan atas:"

- 1) "Penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) di dalam daerah pabean yang dilakukan Pengusaha
- 2) Impor Barang Kena Pajak.
- 3) Penyerahan Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam daerah pabean yang dilakukan oleh pengusaha.
- 4) Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean.
- 5) Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean.
- 6) Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak.
- 7) Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak.
- 8) Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak."

c. "Pajak Penjualan Atas Barang Mewah

Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) merupakan pajak penjualan yang dikenakan atas transaksi barang mewah baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.

Objek PPnBM atau barang yang tergolong dalam barang mewah di antaranya:

- 1) Barang yang bukan kebutuhan pokok.
- 2) Barang yang dikonsumsi untuk menunjukkan status.
- 3) Barang yang dikonsumsi oleh masyarakat tertentu.
- 4) Barang yang pada umumnya dikonsumsi masyarakat yang berpenghasilan tinggi.

Untuk melaporkan PPnBM, wajib pajak dapat menggunakan formulir SPT Masa PPN 1111. SPT Masa PPN 1111 merupakan formulir yang digunakan oleh para wajib pajak untuk melaporkan penghitungan jumlah pajak baik untuk melapor PPN maupun Pajak Penjualan Barang Mewah yang terutang.”

d. “Bea Meterai

Bea Meterai (BM) merupakan pajak yang dikenakan atas pemanfaatan dokumen seperti surat perjanjian, akta notaris, kwitansi pembayaran dan surat berharga yang memuat nominal uang di atas jumlah dan ketentuan tertentu.

Untuk pelunasan Bea Meterai, kita mengenal dua cara yakni:

Benda meterai yang merupakan meterai tempel dan kertas meterai.

Cara lainnya adalah dengan cara yang sudah ditetapkan Menteri Keuangan. Cara ini menggunakan teknologi pencetakan dan sistem komputerisasi.

Nilai dari Bea Meterai juga terbagi menjadi 2 yaitu Rp 3.000 dan Rp. 6.000., Kedua nilai tersebut digunakan tergantung dari kebutuhannya.”

e. “Pajak Bumi dan Bangunan

Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) merupakan pajak yang dikenakan atas kepemilikan, pemanfaatan dan/atau penguasaan atas tanah dan/bangunan. PBB terbagi atas 2 sektor yakni PBB Sektor P2 (Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan yang diadministrasikan oleh pemerintah kabupaten/kota) dan PBB Sektor P3 (Pajak Bumi dan Bangunan Pertambangan, Perhutanan, dan Perkebunan yang diadministrasikan langsung oleh pemerintah pusat melalui Direktorat Jenderal Pajak).

Pembagian sektor tersebut diatur dalam Undang-undang No. 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (PDRD) sejak 1 Januari 2014.

Berikut ini macam-macam pajak daerah atau pajak yang dipungut pemerintah daerah:

- 1) Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor.

- 2) Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.
- 3) Pajak Air Permukaan.
- 4) Pajak Rokok.
- 5) Pajak Kendaraan Bermotor.
- 6) Pajak Hotel.
- 7) Pajak Restoran.
- 8) Pajak Hiburan.
- 9) Pajak Reklame.
- 10) Pajak Penerangan Jalan.
- 11) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan.
- 12) Pajak Parkir.
- 13) Pajak Air Tanah.
- 14) Pajak Sarang Burung Walet.
- 15) Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan.
- 16) Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan/atau Bangunan.
- 17) Pajak Bumi dan Bangunan Sektor Pedesaan dan Perkotaan."

E. KAJIAN UMUM TENTANG TEORI PEMUNGUTAN PAJAK

Sesuai dengan Pasal 23 UUD 1945 yang berbunyi "Pajak dan pungutan yang bersifat untuk keperluan Negara diatur dengan Undang-Undang."²² ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan UU tentang pajak, yaitu sebagai berikut.

- 1) Pemungutan pajak dilakukan oleh Negara berdasarkan UU harus dijamin kelancarannya
- 2) Jaminan hukum bagi para wajib pajak untuk tidak diberlakukan secara umum
- 3) Jaminan hukum mengenai terjadinya kerahasiaan bagi para wajib pajak

"Syarat pemungutan pajak adalah landasan prinsip yang harus ada dalam setiap aktivitas pemungutan pajak. Berikut ini 5 syarat pemungutan pajak di Indonesia.

- 1) Syarat Keadilan (pemungutan pajak harus adil).

²² Pasal 23 UUD 1945

- 2) Syarat Yuridis (pemungutan pajak harus berdasarkan undang-undang).
- 3) Syarat Ekonomis (pemungutan pajak tidak mengganggu perekonomian nasional).
- 4) Syarat Finansial (pemungutan pajak harus efisien).
- 5) Syarat Sederhana (sistem pemungutan pajak harus sederhana).

Dalam setiap aktivitas pemungutan pajak, penerapan sekian syarat tersebut punya arti yang penting. Sebab, tanpa syarat tersebut, aktivitas pemungutan pajak bisa menghadapi kendala bahkan melenceng dari target yang ditetapkan. Syarat pemungutan pajak di Indonesia berkaitan dengan sistem pemungutan pajaknya yaitu sistem *withholding tax*. Dalam sistem ini pemungutan pajak berupa pemungutan dan/atau pemotongan. Pemungutan ini berkaitan dengan jumlah pajak yang dipungut untuk pembayaran-pembayaran yang dianggap memiliki potensi menghasilkan pendapatan bagi penerima pembayaran, misalnya PPh pasal 22. Penerapan syarat pemungutan pajak ditujukan untuk banyak hal. Pertama, untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengumpulan dana melalui sistem pembayaran pajak. Kedua, untuk tujuan kesederhanaan, kemudahan, dan pengenaan pajak yang tepat waktu."

Syarat pemungutan pajak ini merupakan landasan bagi para pemungut pajak, wajib pajak atau mereka yang bergerak di dunia perpajakan, dalam memberlakukan pajak yang adil demi tercapainya Sila Kelima Pancasila "keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia".

F. KAJIAN UMUM TENTANG PAJAK REKLAME

"Menurut kamus umum Bahasa Indonesia reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan, dengan pujian atau gambar dan sebagainya, dengan tujuan agar dagangan tersebut lebih laku. Menurut Perda Kota Malang nomor 2 tahun 2015 pasal 1 ayat 16 Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Reklame sendiri digolongkan

menjadi beberapa bagian sesuai yang telah diatur oleh Peraturan Daerah Kota Malang No 2 Tahun 2015 Pasal 31 Ayat (2) Huruf e yaitu:

- 1) reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya;
- 2) reklame kain
- 3) reklame melekat
- 4) reklame selebaran
- 5) reklame berjalan termasuk pada kendaraan
- 6) reklame udara
- 7) reklame apung
- 8) reklame suara
- 9) reklame film/slide; dan
- 10) reklame peragaan

Reklame berjalan termasuk pula pada kendaraan. Reklame berjalan memiliki keunggulan pada cakupan obyek yang melihatnya yang tidak hanya di satu sudut tempat. Dikarenakan berjalan maka targetnya lebih luas dibanding yang diam.”

G. KAJIAN UMUM TENTANG PENDAPATAN ASLI DAERAH

Pendapatan Asli Daerah (PAD) Undang-undang nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah pasal 1 ayat 18 menjelaskan, “Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah “pendapatan yang diperoleh oleh daerah yang dipungut berdasarkan Peraturan Daerah sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan dan Pendapatan Asli Daerah ini di dapat dari daerahnya sendiri”.

Kabupaten Malang secara astronomis terletak $112,06^{\circ}$ – $112,07^{\circ}$ Bujur Timur dan $7,06^{\circ}$ – $8,02^{\circ}$ Lintang Selatan, dengan batas wilayah sebagai berikut :

- 1) Sebelah Utara : Kecamatan Singosari dan Kec. Karangploso Kabupaten Malang
- 2) Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang
- 3) Sebelah Selatan : Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang
- 4) Sebelah Barat : Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Serta dikelilingi gunung-gunung:

- 1) Gunung Arjuno di sebelah Utara
- 2) Gunung Semeru di sebelah Timur
- 3) Gunung Kawi dan Penderman di sebelah Barat
- 4) Gunung Kelud di sebelah Selatan²³

b. Iklim

"Kondisi iklim Kota Malang selama tahun 2008 tercatat rata-rata suhu udara berkisar antara $22,7^{\circ}\text{C}$ – $25,1^{\circ}\text{C}$. Sedangkan suhu maksimum mencapai $32,7^{\circ}\text{C}$ dan suhu minimum $18,4^{\circ}\text{C}$. Rata kelembaban udara berkisar 79% – 86%. Dengan kelembaban maksimum 99% dan minimum mencapai 40%. Seperti umumnya daerah lain di Indonesia, Kota Malang mengikuti perubahan putaran 2 iklim, musim hujan, dan musim kemarau. Dari hasil pengamatan Stasiun Klimatologi Karangploso Curah hujan yang relatif tinggi terjadi pada bulan Pebruari, Nopember, Desember. Sedangkan pada bulan Juni dan September Curah hujan relatif rendah. Kecepatan angin maksimum terjadi di bulan Mei, September, dan Juli.²⁴"

c. Keadaan Geologi

"Keadaan tanah di wilayah Kota Malang antara lain :²⁵

²³ Website Resmi Pemerintah Kota Malang, **Geografis (Online)**
<https://Malangkota.Go.Id/Sekilas-Malang/Geografis/> Diakses Pada 19 Maret 2020

²⁴ *Ibid*

²⁵ *Ibid*

- 1) Bagian selatan termasuk dataran tinggi yang cukup luas, cocok untuk industri
- 2) Bagian utara termasuk dataran tinggi yang subur, cocok untuk pertanian
- 3) Bagian timur merupakan dataran tinggi dengan keadaan kurang subur

Bagian barat merupakan dataran tinggi yang amat luas menjadi daerah pendidikan”

d. Jenis Tanah

“Jenis tanah di wilayah Kota Malang ada 4 macam, antara lain :²⁶

- 1) Alluvial kelabu kehitaman dengan luas 6,930,267 Ha.
- 2) Mediteran coklat dengan luas 1.225.160 Ha.
- 3) Asosiasi latosol coklat kemerahan grey coklat dengan luas 1.942.160 Ha.
- 4) Asosiasi andosol coklat dan grey humus dengan luas 1.765,160 Ha

Struktur tanah pada umumnya relatif baik, akan tetapi yang perlu mendapatkan perhatian adalah penggunaan jenis tanah andosol yang memiliki sifat peka erosi. Jenis tanah andosol ini terdapat di Kecamatan lowokwaru dengan relatif kemiringan sekitar 15%.”

2. “Sejarah Kota Malang

Kota Malang seperti kota-kota lain di Indonesia pada umumnya baru tumbuh dan berkembang setelah hadirnya pemerintah kolonial Belanda.

Fasilitas umum direncanakan sedemikian rupa agar memenuhi kebutuhan keluarga Belanda. Kesan diskriminatif itu masih berbekas hingga sekarang. Misalnya Ijen Boulevard kawasan sekitarnya, hanya dinikmati oleh keluarga-keluarga Belanda dan bangsa Eropa lainnya, sementara penduduk pribumi harus puas bertempat tinggal di pinggiran kota dengan fasilitas yang kurang memadai. Kawasan perumahan itu sekarang bagai monumen yang menyimpan misteri dan seringkali

²⁶ *Ibid*

mengundang keluarga-keluarga Belanda yang pernah bermukim di sana untuk bernostalgia.²⁷

Pada Tahun 1879, di Kota Malang mulai beroperasi kereta api dan sejak itu Kota Malang berkembang dengan pesatnya. Berbagai kebutuhan masyarakat semakin meningkat terutama akan ruang gerak melakukan berbagai kegiatan. Akibatnya terjadilah perubahan tata guna tanah, daerah yang terbangun bermunculan tanpa terkendali. Perubahan fungsi lahan mengalami perubahan sangat pesat, seperti dari fungsi pertanian menjadi perumahan dan industri.²⁸

Sejalan perkembangan tersebut di atas, urbanisasi terus berlangsung dan kebutuhan masyarakat akan perumahan meningkat di luar kemampuan pemerintah, sementara tingkat ekonomi urbanis sangat terbatas, yang selanjutnya akan berakibat timbulnya perumahan-perumahan liar yang pada umumnya berkembang di sekitar daerah perdagangan, di sepanjang jalur hijau, sekitar sungai, rel kereta api dan lahan-lahan yang dianggap tidak bertuan. Selang beberapa lama kemudian daerah itu menjadi perkampungan, dan degradasi kualitas lingkungan hidup mulai terjadi dengan segala dampak bawaannya. Gejala-gejala itu cenderung terus meningkat, dan sulit dibayangkan apa yang terjadi seandainya masalah itu diabaikan.²⁹

Kota Malang memiliki luas 110.06 Km². Kota dengan jumlah penduduk sampai tahun 2010 sebesar 820.243 jiwa yang terdiri dari 404.553 jiwa penduduk laki-laki, dan penduduk perempuan sebesar 415.690 jiwa. Kepadatan penduduk kurang lebih 7.453 jiwa per kilometer persegi. Tersebar di 5 Kecamatan (Klojen = 105.907 jiwa, Blimbing = 172.333 jiwa, Kedungkandang = 174.447 jiwa, Sukun = 181.513 jiwa, dan Lowokwaru = 186.013 jiwa). Terdiri dari 57 Kelurahan, 536 unit RW dan 4.011 unit RT.³⁰

²⁷ Diakses dari <https://malangkota.go.id/sekilas-malang/sejarah-malang/> pada tanggal 26 September 2020 pada pukul 16:42 WIB.

²⁸ *Ibid*

²⁹ *Ibid*

³⁰ *Ibid*

3. Visi dan Misi Kota Malang

a. Visi

"Kota Malang Bermartabat

Istilah dari kata bermartabat sebagai perwujudan serta implementasi dari suatu kewajiban dan tanggung jawab seorang manusia sebagai khalifah, terhadap masyarakat yang dipimpin. Kata bermartabat juga merujuk kepada sebuah nilai harga diri kemanusiaan yang dapat diartikan pula sebagai kemuliaan.³¹

b. Misi

- 1) "Meningkatkan akses dan kualitas pendidikan, kesehatan dan layanan dasar lainnya bagi semua warga.
- 2) Mewujudkan kota produktif dan berdaya saing berbasis ekonomi kreatif, keberlanjutan dan keterpaduan.
- 3) Mewujudkan kota yang rukun dan toleran berazaskan keberagaman dan keberpihakan terhadap masyarakat rentan dan gender.
- 4) Memastikan kepuasan masyarakat atas layanan pemerintah yang tertib hukum, profesional dan akuntabel.³²

4. Sejarah Badan Pendapatan Daerah Kota Malang

"Pada awalnya Badan Pendapatan Daerah Kota Malang, disebut Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang yang terbentuk berdasarkan Surat Keputusan Walikota Malang Nomor 4/U tanggal 01 Januari 1970. Untuk menunjang pelaksanaan tugas dan menyesuaikan kebutuhan akibat meningkatnya volume dan jenis pekerjaan, maka berdasarkan Keputusan Walikota Malang Nomor 4/U Tahun 1970 tentang Struktur Organisasi Badan Pendapatan, maka penyebutannya berubah menjadi Badan Pendapatan Daerah Tingkat II Malang.

Badan Pendapatan daerah kota malang berdasarkan Peraturan Walikota Malang Nomor 54 Tahun 2012 merupakan pelaksana otonom daerah di bidang pemungutan pajak daerah. Pajak daerah yang dipungut oleh Badan Pendapatan kota malang merupakan pajak kota antara lain:

³¹ Diakses dari <https://malangkota.go.id/sekilas-malang/visi-dan-misi/> pada tanggal 26 September 2020 pada pukul 16:54 WIB

³² *Ibid*

(1) Pajak Hotel yang didalamnya termasuk pajak rumah reklame berjalan dengan jumlah kamar lebih dari 10, (2) Pajak Restoran, (3) Pajak Hiburan, (4) Pajak Reklame, (5) Pajak Penerangan Jalan, (6) Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, (7) Pajak Parkir, (8) Pajak Air Tanah, (9) Pajak Sarang Burung Walet, (10) Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan, (11) Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan.

Memasuki masa Otonomi Daerah yang dihitung sejak tanggal 1 Januari 2001 Pemerintah Kota Malang telah mengantisipasi suatu kelembagaan yang menangani Penerimaan Daerah dengan membentuk Badan Pendapatan Daerah berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2000 tentang pembentukan, kedudukan, tugas pokok dan struktur organisasi dinas sebagai unsur pelaksana Pemerintah Daerah dan tugas pokok dan fungsinya dijabarkan dalam Keputusan Walikota Malang Nomor 10 Tahun 2001 tentang Uraian, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Badan Pendapatan Kota Malang.

Dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-undang No 32 Tahun 2004, maka terdapat penyesuaian struktur organisasi pada Badan Pendapatan Daerah Kota Malang yang didasarkan pada Peraturan Daerah Kota Malang yang didasarkan pada Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 6 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pendapatan Daerah Kota Malang serta Peraturan Walikota Malang Nomor 58 Tahun 2008 tentang uraian tugas pokok, fungsi, dan tata kerja Badan Pendapatan Daerah Kota Malang."

ii. Tugas Pokok Dan Fungsi Badan Pendapatan Daerah Kota

Malang

"Tugas pokok Badan Pendapatan Daerah Kota Malang adalah melaksanakan tugas pokok penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang penerimaan dan Pendapatan Daerah. Sedangkan fungsi Badan Pendapatan Daerah Kota Malang antara lain:"

- 1) "Perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidang pemungutan pajak daerah.

- 2) Penyusunan perencanaan dan pelaksanaan program di bidang pemungutan PBB Perkotaan, BPHTB, dan Pajak Daerah Lainnya.
- 3) Pelaksanaan dan pengawasan pendataan, pendaftaran, penetapan PBB Perkotaan, BPHTB, dan Pajak Lainnya.
- 4) Penyusunan dan pelaksanaan pengembangan potensi PBB Perkotaan, BPHTB dan Pajak Lainnya.
- 5) Penyusunan rencana intensifikasi dan eksentifikasi PBB Perkotaan, BPHTB dan Pajak Daerah Lainnya.
- 6) Pelaksanaan pemungutan PBB Perkotaan, BPHTB dan Pajak Daerah Lainnya.
- 7) Pelaksanaan penyelesaian keberatan PBB Perkotaan, BPHTB dan Pajak Lainnya.
- 8) Pelaksanaan penyelesaian permohonan pembetulan, pembatalan, pengurangan ketetapan, penghapusan pengurangan sanksi, dan kelebihan pembayaran atas PBB Perkotaan, BPHTB dan Pajak Lainnya.
- 9) Pembinaan dan pembukuan serta pelaporan atas pemungutan dan penyetoran PBB Perkotaan, BPHTB dan Pajak Lainnya.
- 10) Pengendalian benda-benda berharga PBB Perkotaan, BPHTB dan Pajak Lainnya.
- 11) Pembinaan dan pengendalian terhadap sistem pemungutan PBB Perkotaan dan Pajak Daerah Lainnya.
- 12) Pelaksanaan penerbitan Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD).
- 13) Pelaksanaan pemungutan penerimaan bukan pajak.
- 14) Pelaksanaan penyidikan tindak pidana pelanggaran di bidang pemungutan PBB Perkotaan dan Pajak Lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 15) Pelaksanaan pembelian/ pengadaan atau pembangunan aset tetap berwujud yang akan digunakan dalam rangka penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi.
- 16) Pelaksanaan pemeliharaan barang milik daerah yang digunakan dalam rangka penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi.

17) Pelaksanaan kebijakan pengelolaan barang milik daerah yang berada dalam penguasaannya.

18) Pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program, pelaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, rumah tangga, perlengkapan, kehumasan dan kearsipan.

19) Pelaksanaan Standart Pelayanan Minimal (SPM).

20) Penyusunan dan pelaksanaan Standart Pelayanan Publik (SSP) dan standart Operasional dan Prosedur (SOP).

21) Pelaksanaan pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) dan/atau pelaksanaan pengumpulan pendapat pelanggan secara periodik yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas layanan.

22) Pengelolaan pengaduan masyarakat di bidang pemungutan pajak daerah.

23) Penyampaian data hasil pembangunan dan informasi lainnya terkait layanan publik secara berkala melalui website Pemerintah Daerah.

24) Pemberdayaan dan pembinaan jabatan fungsional.

25) Penyelenggaraan UPT dan jabatan fungsional.

26) Pengevaluasian dan pelaporan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi.

27) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas pokoknya”

iii. Visi Dan Misi Badan Pendapatan Daerah Kota Malang

“Visi:

Menciptakan kinerja yang optimal pada Badan Pendapatan Daerah Kota Malang agar memberikan pelayanan yang baik kepada para Wajib Pajak sesuai dengan tugas dan fungsinya dalam meningkatkan Pendapatan Daerah.”

“Misi:

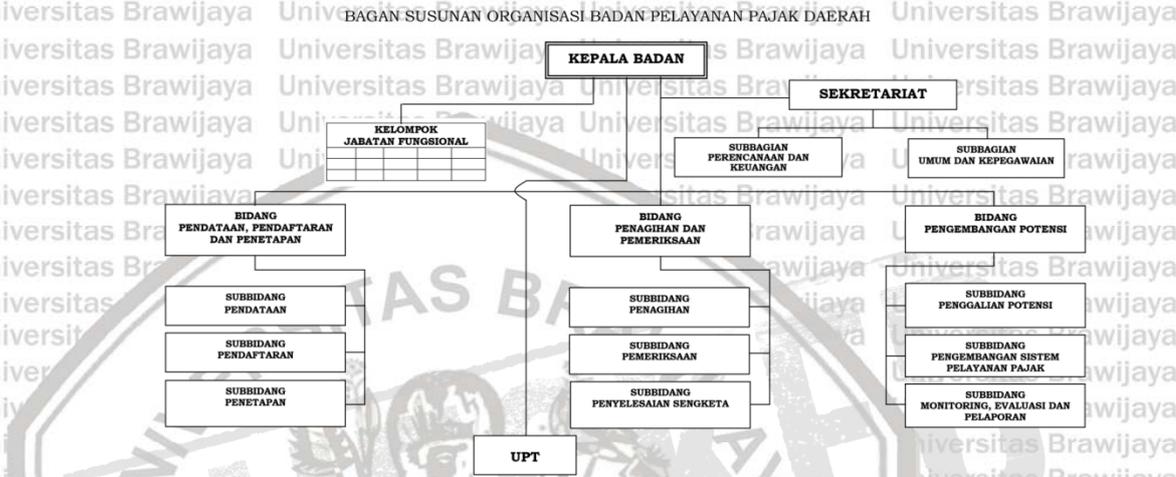
Meningkatkan Pendapatan Daerah melalui intensifikasi dan ekstensifikasi Pajak Daerah.”

iv. Struktur Organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Malang

“Badan Pendapatan Daerah Kota Malang atau lebih singkatnya DISPENDA beralamat di Jl. Mayjend Sungkono,Arjowilangun,kec. Kedungkandang

Kota Malang, yang mana sekarang berada dibawah kepemimpinan bapak Ir. ADE HERAWANTO, MT. Berikut adalah struktur organisasi Badan Pendapatan Daerah Kota Malang:”

Gambar 3.2
Bagan Susunan Organisasi Badan Pelayanan Pajak Daerah



B. PENGENAAN KEWAJIBAN PAJAK REKLAME BERJALAN PADA KENDARAAN BERMOTOR DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA MALANG(TINJAUAN PERATURAN DAERAH KOTA MALANG PASAL 31 AYAT (2) HURUF E NOMOR 2 TAHUN 2015)

1. Prosedur Pelayanan dan Pembayaran Pajak Reklame Berjalan

Sesuai dengan *Pasal 11 - Pasal 18 Peraturan Walikota Malang Nomor 20 Tahun 2013* prosedur pelayanan maupun pembayaran Pajak reklame berjalan diatur sebagai berikut :

**Bagian Keempat
Pajak Reklame**

Pasal 11

- (1) Dasar pengenaaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR).
- (2) Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame.
- (3) Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame (NSR) sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dihitung dengan memperhatikan faktor sebagai berikut :
 - a. jenis reklame;
 - b. bahan yang digunakan;
 - c. lokasi penempatan;
 - d. jangka waktu penyelenggaraan;
 - e. jumlah media reklame; dan
 - f. ukuran media reklame.
- (4) Dalam hal nilai sewa reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2), tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, nilai sewa reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (3).

Pasal 12

Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 20% (dua puluh persen).

Pasal 13

- (1) Cara perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1), dihitung dengan rumus Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) ditambah Nilai Strategis (NS) Pemasangan Reklame.
- (2) Nilai Sewa Reklame (NSR), Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) dan Nilai Strategis (NS) sebagaimana tercantum dalam lampiran I Peraturan Walikota ini.

Pasal 14

- (1) Pengklasifikasian Nilai Strategis (NS) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (3) huruf a, didasarkan pada kawasan dan lokasi tempat pemasangan reklame dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. kawasan atau lokasi tempat pemasangan reklame yang mempunyai Nilai Strategis (NS) paling tinggi ditetapkan sebagai klasifikasi A;
 - b. kawasan atau lokasi tempat pemasangan reklame yang mempunyai Nilai Strategis (NS) tinggi ditetapkan sebagai klasifikasi B;

- c. kawasan atau lokasi tempat pemasangan reklame yang mempunyai Nilai Strategis (NS) sedang ditetapkan sebagai klasifikasi C;
 - d. kawasan atau lokasi tempat pemasangan reklame yang mempunyai Nilai Strategis (NS) rendah ditetapkan sebagai klasifikasi D.
- (2) Rincian pengklasifikasian kawasan dan lokasi tempat pemasangan reklame sebagaimana tercantum dalam lampiran II Peraturan Walikota ini.

Pasal 15

Nilai Strategis (NS) dengan klasifikasi A sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf a, mempunyai kriteria sebagai berikut :

- a. merupakan pusat kota, perdagangan/perbelanjaan, perkantoran dan pendidikan;
- b. tingkat mobilitas masyarakat tinggi atau lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi sangat padat;
- c. peminat pemasang reklame sangat banyak;
- d. mudah dilihat dan diketahui masyarakat umum.

Pasal 16

Nilai Strategis (NS) dengan klasifikasi B sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf b, mempunyai kriteria sebagai berikut :

- a. lokasi dekat dengan pusat kota, perdagangan/perbelanjaan, perkantoran dan pendidikan;
- b. tingkat mobilitas masyarakat cukup tinggi atau lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi cukup padat;
- c. peminat pemasang reklame banyak;
- d. mudah dilihat dan diketahui masyarakat umum.

Pasal 17

Nilai Strategis (NS) dengan klasifikasi C sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf c, mempunyai kriteria sebagai berikut :

- a. merupakan lokasi atau jalan penghubung;
- b. lokasi cukup jauh dengan pusat kota maupun perdagangan/perbelanjaan;
- c. tingkat mobilitas sedang atau lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi tidak terlalu padat;
- d. peminat pemasang reklame sedang.

Pasal 18

Nilai Strategis (NS) dengan klasifikasi D sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf d, mempunyai kriteria yang tidak termasuk Klasifikasi A, Klasifikasi B dan Klasifikasi C.

- c. kawasan atau lokasi tempat pemasangan reklame yang mempunyai Nilai Strategis (NS) sedang ditetapkan sebagai klasifikasi C;
 - d. kawasan atau lokasi tempat pemasangan reklame yang mempunyai Nilai Strategis (NS) rendah ditetapkan sebagai klasifikasi D.
- (2) Rincian pengklasifikasian kawasan dan lokasi tempat pemasangan reklame sebagaimana tercantum dalam lampiran II Peraturan Walikota ini.

Pasal 15

Nilai Strategis (NS) dengan klasifikasi A sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf a, mempunyai kriteria sebagai berikut :

- a. merupakan pusat kota, perdagangan/perbelanjaan, perkantoran dan pendidikan;
- b. tingkat mobilitas masyarakat tinggi atau lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi sangat padat;
- c. peminat pemasang reklame sangat banyak;
- d. mudah dilihat dan diketahui masyarakat umum.

Pasal 16

Nilai Strategis (NS) dengan klasifikasi B sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf b, mempunyai kriteria sebagai berikut :

- a. lokasi dekat dengan pusat kota, perdagangan/perbelanjaan, perkantoran dan pendidikan;
- b. tingkat mobilitas masyarakat cukup tinggi atau lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi cukup padat;
- c. peminat pemasang reklame banyak;
- d. mudah dilihat dan diketahui masyarakat umum.

Pasal 17

Nilai Strategis (NS) dengan klasifikasi C sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf c, mempunyai kriteria sebagai berikut :

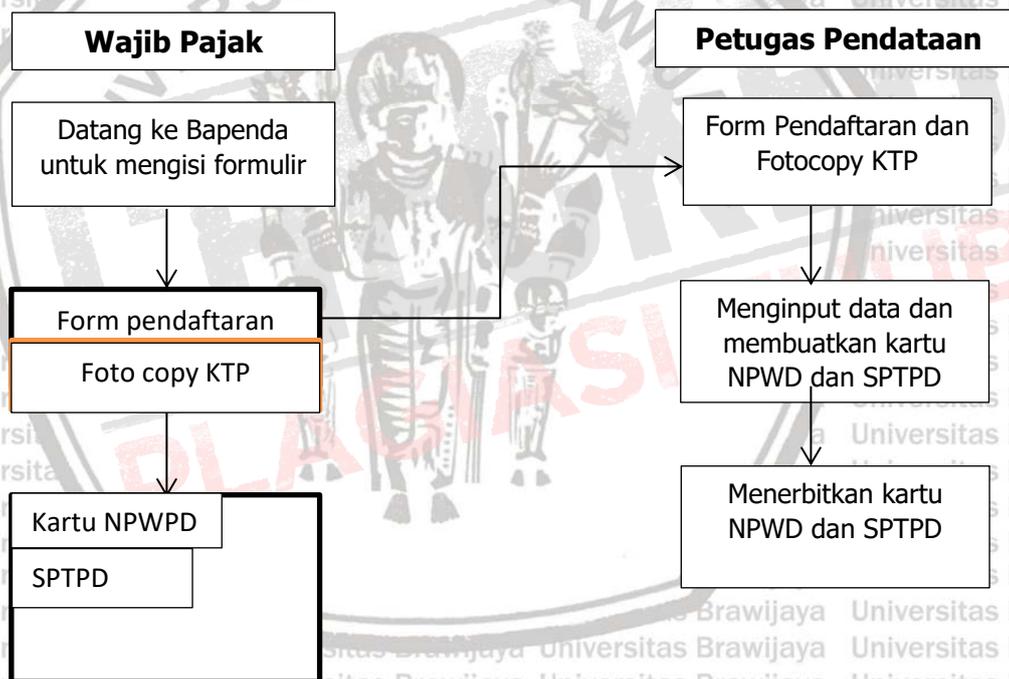
- a. merupakan lokasi atau jalan penghubung;
- b. lokasi cukup jauh dengan pusat kota maupun perdagangan/perbelanjaan;
- c. tingkat mobilitas sedang atau lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi tidak terlalu padat;
- d. peminat pemasang reklame sedang.

Pasal 18

Nilai Strategis (NS) dengan klasifikasi D sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 huruf d, mempunyai kriteria yang tidak termasuk Klasifikasi A, Klasifikasi B dan Klasifikasi C.

Menurut narasumber, produk hukum yang diterbitkan oleh pemerintah (sebagaimana terlampir diatas) adalah bukti keseriusan Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dalam menjalankan tugasnya untuk mengawasi proses berjalannya pemungutan objek pajak yang telah diatur oleh Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015, termasuk pada reklame berjalan. Perwali diatas dan Perda Kota Malang Nomor 2 tahun 2015 dianggap sebagai alat bagi pemerintah yang di nilai cukup signifikan hingga 2020 ini untuk menindak tegas para pengguna pajak reklame berjalan. Dari Perwali diatas penulis membuat struktur sederhana dari apa yang telah diatur oleh perwali diatas:

Gambar 3.3
Prosedur Pendaftaran



Rincian prosedur – prosedurnya sebagai berikut:

1. "Prosedur Pendaftaran

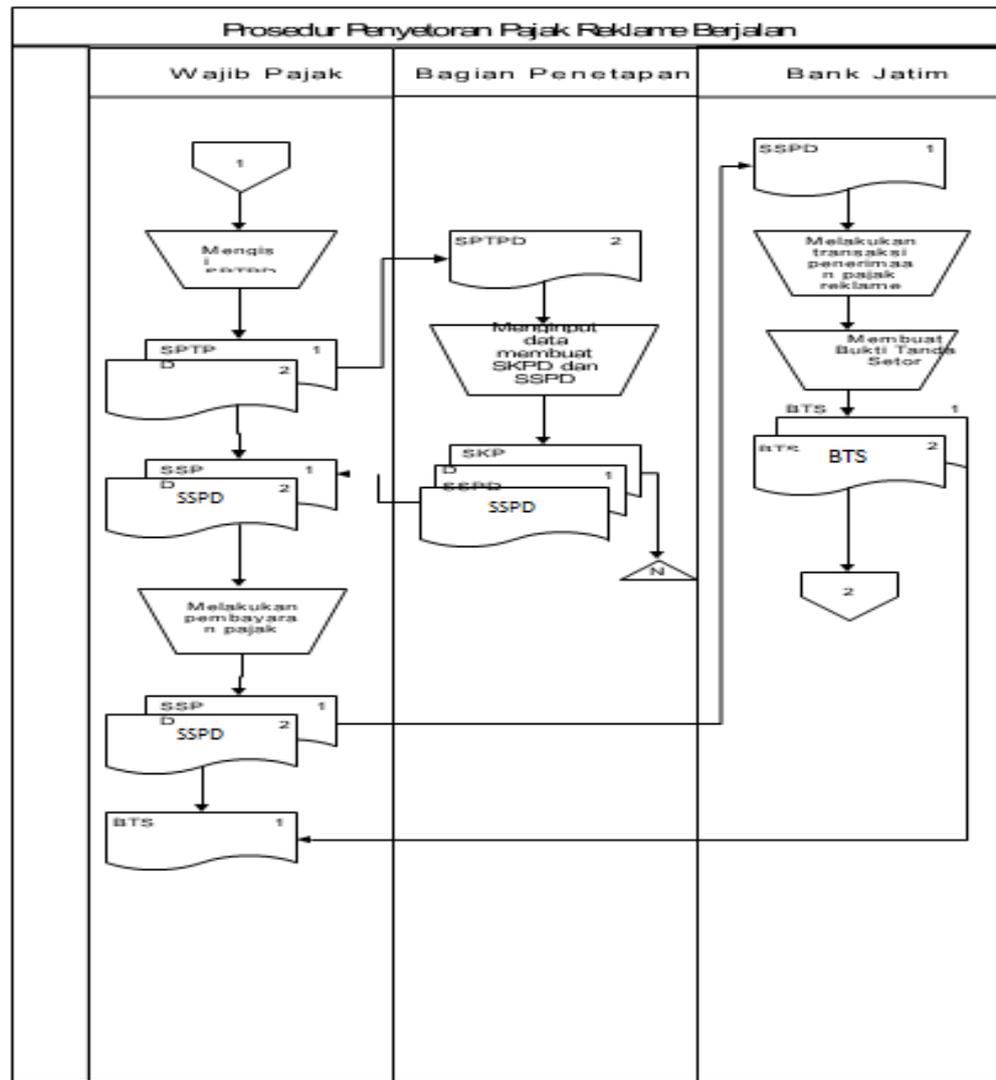
- a. Pemilik reklame berjalan yang memenuhi kriteria wajib pajak reklame berjalan datang dispenda untuk mendaftar sebagai wajib pajak dengan mengisi formulir pendaftaran serta membawa foto copy KTP sebagai kelengkapan pendaftaran.

- b. Sie pendaftaran menerima kembali formulir yang telah diisi wajib pajak beserta kelengkapan yang diperlukan dari wajib pajak kemudian diproses. Setelah itu maka akan ditetapkan Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah(NPWPDP) Dan dibuatkan kartu NPWPDP-nya.
- c. Kemudian sie pendaftaran memberikan SPTPD kepada wajib pajak untuk diisi dan dibawa saat melapor besar pajak reklame berjalan saat jatuh tempo.”

Gambar 3.4

Prosedur penyertoran pajak Reklame berjalan





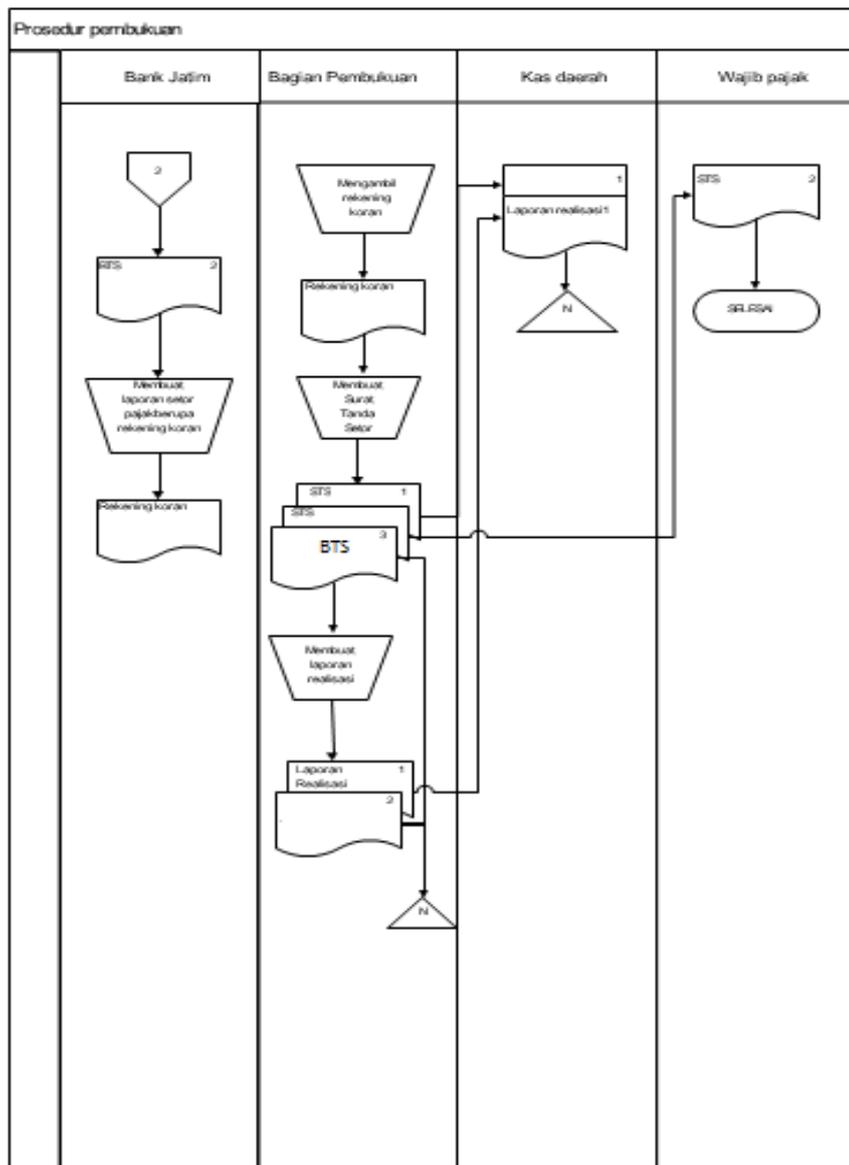
2. Prosedur penyetoran pajak kategori reklame berjalan

- a) "Sie penetapan pajak akan menerima SPTPD yang telah diisi oleh wajib pajak.
- b) kemudian sie penetapan pajak menerima SPTPD dan akan dibuahkan SKPD , SKPD yang dibuat berisi tentang jumlah pajak kategori reklame berjalan terutang yang harus dibayar oleh wajib pajak dan sebagai acuan untuk membuat SSPD.

- c) Setelah membuat SKPD bagian penetapan akan membuat SSPD rangkap 2 yang akan diberikan kepada (1) wajib pajak (2) Bank Jatim, sedangkan SKPD akan diarsipkan di bagian penetapan.
- d) Wajib pajak menerima SSPD yang kemudian melakukan pembayaran pajak hotel kategori rumah reklame berjalan di Bank Jatim.
- e) SSPD akan diberikan kepada Bank Jatim beserta jumlah pajak terutang yang tertera di SSPD, kemudian Bank Jatim akan membuat Bukti Tanda Setor (BTS) rangkap 2 yang akan diberikan kepada (1) wajib pajak (2) Bank Jatim.
- f) Dengan Bukti Tanda Setor wajib pajak kembali ke bagian penetapan dan menunjukkan BTS .
- g) Bagian penetapan akan menginput BTS yang ditunjukkan oleh wajib pajak. Hasil inputan BTS akan diterima oleh bagian pembukuan dan pelaporan melalui aplikasi simpada.
- h) Bagian pembukuan dan pelaporan yang menerima inputan BTS akan membuat bukti setor pajak yang kemudian diberikan kepada wajib pajak.”

Gambar 3.5

Prosedur Pembukuan



“Berdasarkan hasil wawancara tentang prosedur pajak reklame berjalan diatas,narasumber menganggap bahwa prosedur yang di siapkan oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dianggap sudah mempermudah para pengguna pajak reklame berjalan dalam mendaftarkan dirinya sebagai pengguna pajak reklame berjalan.”

2. Pengenaan Pajak Reklame Berjalan Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Asli Daerah

Pemungutan pajak adalah hal yang penting bagi setiap daerah demi menjalankan roda pemerintahan, oleh karena itu dampak negative dari lemahnya pengawasan dan pemungutan pajak reklame berjalan akan sangat mempengaruhi roda pemerintahan. Pajak sendiri merupakan salah satu kas atau pemasukan bagi setiap daerah untuk melaksanakan pengembangan daerah ataupun dalam hal mensejahterakan masyarakat "Badan Pendapatan Daerah Kota Malang" (setelah ini disebut DISPENDA) dalam melaksanakan pengawasannya sebagai lembaga yang berwenang juga mempunyai target per tahun terhadap pengenaan wajib pajak reklame berjalan tersebut, dalam 3 tahun belakangan DISPENDA hampir selalu melampaui target pengenaan per tahun. Berikut adalah presentase target pengenaan pajak reklame berjalan beserta realisasi dilapangan dalam 3 tahun terakhir :

Tabel 3.1
Presentase Target Pengenaan Pajak Reklame Berjalan

TAHUN	TARGET	REALISASI	PRESENTASE (%)
2017	Rp. 900.246.351	Rp. 1.062.290.694,18	118%
2018	Rp. 1.034.043.394	Rp. 1.271.873.374,62	123%
2019	Rp. 1.667.552.273	Rp. 1.750.929.886,65	105%

Pada tahun 2020 pencapaian yang didapat masih tidak bisa dipastikan, dikarenakan DISPENDA selalu melakukan rekapitulasi pada akhir tahun agar supaya pengenaan pajak reklame berjalan yang masuk ke kas daerah per tahunnya menjadi jelas.

DISPENDA melakukan pengawasannya dengan dibantu oleh beberapa lembaga yang mempunyai wewenang, dikarenakan DISPENDA hanya mempunyai wewenang dalam hal pengawasan, beberapa lembaga yang diikutsertakan DISPENDA dalam

menjalankan tupoksi nya adalah KEJAKSAAN dan DINAS PERHUBUNGAN Kota Malang perihal eksekusi bagi para pengguna pajak reklame berjalan yang tidak melakukan kewajibannya dalam membayar pajak.

Tidak hanya melakukan pengawasannya saja namun DISPENDA juga giat melakukan penyuluhan maupun memeberikan pemahaman bahwa Pajak reklame Berjalan adalah salah satu subjek pajak daerah Kota Malang sesuai dengan

Pasal 31 ayat 2 huruf e Peraturan Daerah Kota Malang no 2 tahun 2015,tujuannya agar supaya masyarakat setempat sadar akan pentingnya membayar pajak bagi perkembangan masing masing daerah,khususnya Kota Malang.

Dilihat dari hasil laju pertumbuhan pajak reklame berjalan diatas, rata-rata realisasi penerimaan pajak reklame berjalan di Kota Malang dari tahun 2017 hingga tahun 2019 dalam waktu 3 tahun terakhir Rp.100.000.000. Rata-rata prosentase pertumbuhan penerimaan pajak reklame berjalan sebesar 39,93%. Jlah ini cukup signifikan mengingat Kota malang adalah salah satu kota dengan tujuan pariwisata serta pendidikan.

Upaya-upaya yang selama ini dilakukan Pemerintah Kota Malang untuk meningkatkan pendapatan dari pajak reklame berjalan,berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan pajak yaitu sebagai berikut:

a. Intensifikasi Pajak

Kegiatan untuk menggali potensi penerimaan pajak hotel dan pajak reklame yang dilakukan oleh pihak Dispenda Kota Malang, yaitu:

- 1) Menggali potensi yang sudah terdata dan terdaftar di Dispenda
- 2) Merumuskan peraturan optimalisasi penerimaan pajak reklame berjalan
- 3) Meningkatkan kualitas pelayanan
- 4) Melakukan OSGAB (Operasi Gabungan)

5) Pembentukan tim Unit Pelaksana Lapangan (UPL) 6 Pemberian sanksi

6) Sistem pajak online (e-tax) Tujuan diadakannya sistem online etax (elektronik pajak) ini adalah pertama, untuk mengetahui apabila ada transaksi pemasukkan jumlah pajak, kedua, untuk pelaporan apakah data yang diterima sudah sesuai dengan data masuk.

b. Ekstensifikasi Pajak

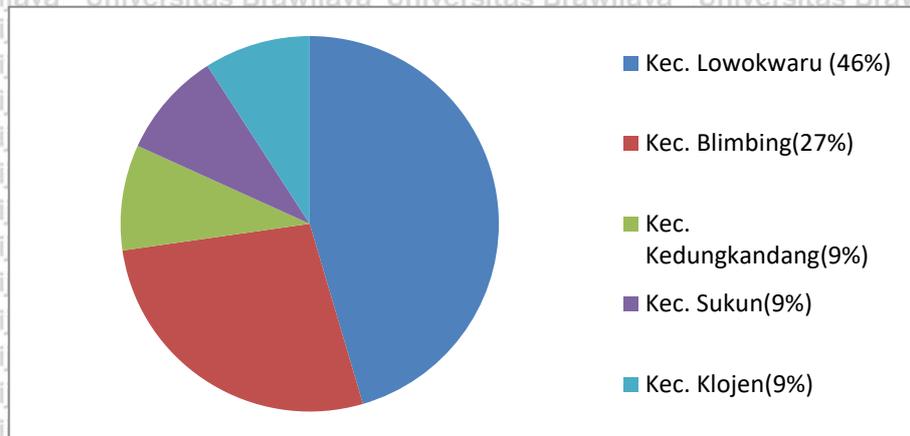
Kegiatan yang berkaitan dengan penambahan jumlah Wajib Pajak terdaftar dan perluasan obyek pajak dalam administrasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) atau disebut dengan ekstensifikasi pajak yang dilakukan oleh Dispenda. Hal tersebut dilakukan untuk mencari potensi baru. Kegiatan ekstensifikasi pajak yang dilakukan oleh Dispenda, yaitu:

- 1) Mencari potensi baru
- 2) Kerjasama dengan pihak luar

Penulis dalam Hal ini juga melakukan pengambilan data melalui metode wawancara yang dilakukan dengan Ibu Amalia Mahardani S,STP selaku analis pajak daerah "Badan Pendapatan Daerah Kota Malang," narasumber mengatakan bahwa dari 5 kecamatan yang ada di Kota Malang Kec. Lowokwaru dan Kec. Blimbing menjadi titik focus dari "Badan Pendapatan Daerah Kota Malang" dalam melakukan eksekusi pemungutan pajak, mengingat bahwa 2 kecamatan yang disebutkan diatas banyak tumbuh UMKM milik generasi milenial yang memanfaatkan reklame berjalan.

Selain karena banyaknya pertumbuhan UMKM yang terdapat di 2 kecamatan diatas, 2 kecamatan diatas berdekatan dengan salah satu kampus terbesar yang ada di Kota Malang Yaitu Universitas Brawijaya, maka dari itu banyak dari pengusaha menengah kebawah maupun menengah keatas memanfaatkan itu untuk melakukan promosi, salah satunya melalui reklame berjalan Berikut diagram pemungutan pajak reklame berjalan dari 5 kecamatan yang ada di Kota Malang berdasarkan data "Badan Pendapatan Daerah Kota Malang" dalam 3 tahun terakhir :

Tabel 3.2
Diagram Pemungutan Pajak Reklame Berjalan



3. Hambatan Dan Solusi Badan Pendapatan Daerah Kota Malang Dalam Pengawasan Pajak Reklame Berjalan

Dalam hal pengawasan serta pelaksanaan pemungutan pajak, terutama reklame berjalan "Badan Pendapatan Daerah Kota Malang" yang diwakili oleh Ibu Amalia Mahardani S,STP sebagai analis pajak daerah "Badan Pendapatan Daerah Kota Malang" menyampaikan, bahwa tim yang dipimpin oleh narasumber sendiri mengidentifikasi beberapa factor penghambat yang menimbulkan pengawasan dan pelaksanaan pemungutan pajak menjadi terhambat.

Narasumber bisa mengatakan demikian dikarenakan data dalam 3 tahun terakhir presentase pemungutan pajak reklame berjalan memang selalu melampaui target. Namun, pada tahun 2019 angka presentase tersebut terbilang menurun, karena pada tahun 2018 dan 2017 presentase angka kenaikan dengan target yang di targetkan selalu lebih dari 15%

Tabel 3.3
Presentase Target Pengenaan Pajak Reklame Berjalan

TAHUN	TARGET	REALISASI	PRESENTASE (%)
2017	Rp. 900.246.351	Rp. 1.062.290.694,18	118%
2018	Rp.1.034.043.394	Rp. 1.271.873.374,62	123%
2019	Rp. 1.667.552.273	Rp. 1.750.929.886,65	105%

Penurunan angka presentase pada tahun 2019 diatas bisa terjadi dikarenakan 2 faktor yaitu faktor geografis Kota Malang dan faktor sosiologis.

1) Faktor Geografis

Faktor ini di dasarkan oleh letak Geografis Kota Malang yang terbilang cukup luas. Dengan luas nya daerah yang harus dijangkau oleh "Badan Pendapatan Daerah Kota Malang," narasumber menyampaikan bawasannya banyak para pengguna pajak reklame berjalan yang berasal dari luar kota malang, atau para pengguna pajak reklame berjalan yang memang tidak berbadan hukum di Kota Malang itu sendiri. Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dalam hal ini dinilai lengah dalam mengantisipasi banyaknya para pengguna pajak reklame berjalan yang memang berasal dari luar Kota malang. Hal ini menyebabkan kecemburuan sosial yang dialami bagi para pengguna pajak reklame berjalan yang membayarkan pajaknya secara rutin sesuai peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Faktor ini juga menunjukan bahwa operasi gabungan yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah dan Dinas Perhubungan belum berjalan sesuai apa yang diharapkan. selain itu Faktor Geografis juga menjadi alasan menurunnya presentase angka pemungutan pajak pada tahun 2019 dikarenakan terjadi

pelonjakan data pendaftar pajak reklame berjalan, namun tidak diikuti dengan naiknya presentase nilai pajak yang masuk ke dalam "Badan Pendapatan Daerah Kota Malang."

Tabel 3.
Presentase Target Pengenaan Pajak Reklame Berjalan

TAHUN	JUMLAH OBJEK PAJAK	TARGET	REALISASI	PRESENTASE (%)
2017	300	Rp. 900.246.351	Rp. 1.062.290.694,18	118%
2018	275	Rp.1.034.043.394	Rp. 1.271.873.374,62	123%
2019	250	Rp. 1.667.552.273	Rp. 1.750.929.886,65	105%

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bawasannya penurunan nilai pajak masuk dari reklame berjalan turun pada 2019 walaupun nilai realisasi nya sudah melampaui target yang di tentukan. namun faktanya objek pajak reklame berjalan pada tahun 2019 lebih sedikit dibandingkan objek pajak pada tahun 2018 dan 2017 yang notabennya pada 2 tahun tersebut mampu melampau target yang di tentukan lebih dari 115%. Menjadi alasan dari faktor geograis dikarenakan banyak munculnya pengguna objek pajak reklame berjalan baru yang daerahnya kurang mendapatkan fokus dari Badan Pemerintahan Daerah Kota Malang.

2) Faktor Sosiologis

Faktor ini menjadi alasan kenapa terjadi penurunan presentase nilai pajak pada tahun 2019. Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya membayar pajak untuk berlangsung nya roda pemerintahan yang dijalankan oleh pemerintah daerah maupun

ketidak pahaman masyarakat terkait produk hukum mengenai pajak reklame berjalan. Faktor ini dinilai faktor paling krusial dalam penurunan presentase nilai pajak reklame berjalan pada tahun 2019. Kesadaran dalam masing masing individu para pengguna wajib pajak reklame berjalan adalah kunci berlangsungnya pemungutan pajak yang baik dan benar. Faktor ini tidak semata mata dibebankan terhadap masyarakat, namun pemerintah juga harus melakukan evaluasi terkait terjadinya faktor sosiologis terhadap penurunan prosentase nilai pemungutan pajak reklame berjalan. Ibu Amalia Mahardani S,STP sebagai analis pajak daerah Badan Pendapatan Daerah Kota Malang menyampaikan, bahwasannya penyuluhan hukum terkait pentingnya membayar pajak serta penyuluhan terkait produk produk hukum yang dimiliki oleh pemerintah khususnya Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dinilai kurang tepat sasaran dan kurang membuahkan hasil. Faktor Sosiologis ini berhubungan dengan factor geografis yang penulis bahas dalam point pertama tadi, terkait focus pemerintah dalam melakukan penyuluhan hukum mengenai kesadaran membayar pajak dan produk produk hukum yang dimiliki Badan Pendapatran Daerah Kota Malang belum signifikan dan menjangkau ke seluruh wilayah di Kota Malang. Maka dari itu banyak dari masyarakat di daerah daerah yang kurang mendapatkan focus dari pemerintah para pengguna wajib pajak reklame berjalan nya tidak sadar akan pentingnya membayar pajak, bahkan tidak paham dengan objek pajak yang digunakan yaitu pajak reklame berjalan merupakan salah satu objek pajak reklame berjalan sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015.

Pada tahun 2020 ini tim analis pajak daerah dar Badan Pendapatan Daerah kota Malang menemukan permasalahan baru yang dianggap sangat berpengaruh pada pemasukan pajak daerah terutama pada pajak reklame berjalan. Narasumber juga memprediksi pada penghujung tahun ini pemasukan pajak daerah dari objek pajak reklame berjalan akan mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Alasannya dikarenakan pada tahun 2020 pandemi covid-19 berpengaruh sangat besar, mulai dari kebijakan pemerintah melakukan lockdown dan banyaknya usaha usaha pengguna objek pajak reklame berjalan yang terpaksa gulung tikar akibat dampak dari pandemic covid-19. Ini merupakan sebuah kerugian bagi Badan Pendapatan Daerah mengingat komitmen yang dibuat oleh Badan Pendapatan Daerah pada awal tahun untuk merealisasikan nilai pajak yang masuk dari reklame berjalan.

Akibat adanya pandemic juga Badan Pendapatan Daerah tidak bisa memaksimalkan inspeni terhadap para pengguna objek pajak reklame berjalan yang menjadi salah satu dari misi yang dimiliki Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dalam memenuhi target nilai pajak, hal tersebut dikarenakan pentingnya masyarakat tidak membuat keramaian serta harus menjaga jarak sesuai anjuran dari pemerintah pusat terkait penanganan pandemic ini.

"Badan Pendapatan Daerah Kota Malang juga menyiapkan beberapa tindakan yang dianggap mampu untuk meminimalisir dampak pemasukan pajak daerah melalui objek pajak reklame berjalan dari adanya covid-19 ini, dengan cara menyebar mobil mobil sadar pajak ke beberapa daerah yang ada di Kota Malang, tetapi tindakan ini harus diikuti dengan besarnya kesadaran masyarakat akan pentingnya membayar pajak, terlebih pada situasi pandemic seperti ini."

Solusi yang diberikan penulis setelah melakukan penelitian terkait hambatan hambatan yang di temui oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Malang antara lain:

- a) Hambatan geografis kota malang : hambatan yang ditemui pemerintah terkait letak geografis Kota Malang yang di kategorikan cukup luas dan membuat pelaksanaan serta pengawasan pemungutan pajak reklame tidak berjalan secara merata dikarenakan sumber daya manusia yang kurang memadai, sesuai dengan teori kewenangan yang digunakan penulis bawasannya pemerintah daerah dalam hal ini mempunyai wewenang untuk melakukan prekrutan pegawai negeri honorer untuk menanggulangi terkait masalah sumber daya manusia agar supaya daerah daerah Kota Malang yang sebelumnya belum terjangkau karena

permasalahan sumber daya manusia yang memang tidak memadai bisa terealisasikan dengan maksimal.

- b) Hambatan Sosiologis : kesadaran dan pemahaman produk hukum yang dimiliki pemerintah terhadap masyarakat memang dinilai cukup rendah sehingga banyak masyarakat di Kota Malang yang memang tidak paham atau bahkan minim pengetahuan tentang adanya peraturan daerah yang memang mengatur tentang adanya reklame berjalan yang dikenakan pajak dan wajib dibayarkan pajaknya, peran pemerintah juga memang harus tegas dalam hal melaksanakan peraturan. Karena pemerintah adalah pemangku jabatan sehingga pemerintah mempunyai wewenang penuh dalam hal melaksanakan pemungutan pajak reklame berjalan. Sebelum melakukan tindakan tegas terhadap masyarakat yang tidak membayarkan pajak reklame berjalan, pemerintah juga harus melakukan penyuluhan terhadap produk hukum yang ada. Meskipun ada asas fiksi hukum dimana ketika undang undang tersebut di sahkan masyarakat dianggap tau hukum.

BAB IV**PENUTUP****A. KESIMPULAN**

“Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dalam hal ini ada beberapa poin yang menjadi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis. Kesimpulan yang diambil oleh penulis, yakni sebagai berikut:

1. Penerapan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah terutama pada pajak reklame berjalan masih dianggap belum efektif dan kurang maksimal.

2. Penerapan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Pajak Daerah menemui beberapa kendala yaitu antara lain :

a) Luasnya daerah otonomi daerah Kota Malang yang menyebabkan penyuluhan serta pengawasan yang dilakukan Badan Pendapatan Daerah Kota Malang kurang maksimal serta tidak menjangkau ke seluruh wilayah Kota Malang.

b) Kurangnya kesadaran akan pentingnya membayar pajak dari masyarakat Kota Malang sendiri sebagai salah satu sumber pemasukan retribusi daerah Kota Malang

c) Kurang pahamnya masyarakat terhadap objek yang dapat dikenakan pajak terutama pada reklame berjalan

3. Solusi yang diberikan penulis untuk mengatasi hambatan yang ditemui oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dalam melaksanakan pasal 31 ayat (2) huruf e Peraturan Daerah Kota Malang nomor 2 tahun 2015 :

a) badan Pendapatan Daerah Kota Malang dalam hal melaksanakan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang pajak daerah harus terus melakukan pengawasannya secara berkala dan membuat strategi yang sasarannya supaya masyarakat Kota Malang paham dan sadar akan pentingnya membayarkan pajak.

b) Badan Pendapatan Daerah juga harus memperluas jangkauan pengawasan terhadap objek reklame berjalan, mengingat kondisi geografis Kota Malang yang

dikategorikan cukup luas, supaya apa yang diinginkan Badan Daerah Kota Malang tercapai.

- c) asyarakat dan pemilik usaha yang menggunakan reklame berjalan sebagai sarana untuk mempromosikan sesuatu juga diharapkan dapat lebih sadar bahwa pajak adalah salah satu hal penting bagi pemerintah untuk menjalankan rodah pemerintahan.”

Upaya yang dilakukan Badan Pendapatan Daerah Kota Malang (BPD) untuk mengatasi hambatan hambatan yang ditemui dalam melaksanakan Peraturan Daerah Kota Malang Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Tentang Pajak Daerah yaitu dengan melakukan sosialisasi, pengawasan, dan evaluasi beserta memberlakukan sanksi yang telah diatur dalam peraturan daerah Kota Malang terhadap para pengguna pajak reklame berjalan yang tidak membayar pajak.

B. SARAN

Saran yang diberikan penulis dalam hal ini antara lain adalah:

1. Badan Pendapatan Daerah Kota Malang dalam hal melaksanakan Peraturan Daerah Kota Malang Malang Nomor 2 Tahun 2015 tentang pajak daerah harus terus melakukan pengawasannya secara berkala dan membuat strategi yang sasarannya supaya masyarakat Kota Malang paham dan sadar akan pentingnya membayarkan pajak.
2. Badan Pendapatan Daerah juga harus memperluas jangkauan pengawasan terhadap objek reklame berjalan, mengingat kondisi geografis Kota Malang yang dikategorikan cukup luas, supaya apa yang diinginkan Badan Daerah Kota Malang tercapai.
3. Masyarakat dan pemilik usaha yang menggunakan reklame berjalan sebagai sarana untuk mempromosikan sesuatu juga diharapkan dapat lebih sadar bahwa pajak adalah salah satu hal penting bagi pemerintah untuk menjalankan rodah pemerintahan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad, A. (2004). *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Soekanto, S. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.
- Soerjono Soekanto, M. A. (2005). *Sosiologi Hukum dalam Masyarakat*. Jakarta: CV Rajawali.
- Sutopo, H. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Syukur, A. (1987). *Kumpulan Makalah Study Implementasi Latar Belakang Konsep Pendekatan dan Relevansinya dalam Pembangunan*. Ujung Pandang: Persadi.
- Usman., N. (2002). *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Wahab, S. A. (2012). *Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Penyusunan Model-Model Implementasi Kebijakan Publik*. Bumi Aksara.
- Wahab., S. A. (2008). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Malang: UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- wahyudi, A. T. (2009). *Perpajakan*. Yogyakarta: Pustaka Yustitia.
- Widodo, D. J. (2008). *Analisis Kebijakan Publik*. Malang: Bayumedia Publishing.

UNDANG UNDANG:

“Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 Pasal 23.

Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah Dan Retribusi Daerah, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049.”

“Undang Undang Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Penjualan Atas Barang Mewah, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 150, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5069

Undang Undang Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 1 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Pemungutan Pajak, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4740”

Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 tahun 2015 pasal 31 ayat 2 huruf e. Tentang Pajak Daerah

Skripsi, Journal, dan Website

“Web resmi pemerintah Kota Malang, **Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang**, <http://malangkota.go.id/potensidaerah> diakses pada 25 januari 2016

Web resmi **Academia Universitas Negeri lampung** <http://digilib.unila.ac.id/10547/10/BAB%20II.pdf>, diakses pada tanggal 25 September 2019”

<http://www.ensikloblogia.com/2016/08/pengertian-penafsiran-hukum-dan-macam.html> Diakses pada 12 November 2019 Pukul 02:13 WIB.

Web <https://malangkota.go.id/sekilas-malang/visi-dan-misi/> pada tanggal 26 September 2020 pada pukul 16:54 WIB

Web <https://malangkota.go.id/sekilas-malang/sejarah-malang/> pada tanggal 26 September 2020 pada pukul 16:42 WIB.