



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**ANALISIS PENGAWASAN PENYELENGGARAAN  
REKLAME DALAM RANGKA OPTIMALISASI FUNGSI  
*REGULEREND***

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Administrasi dalam bidang Ilmu Administrasi Fiskal**

**WIDYO HATMADI  
0806396563**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI FISKAL  
DEPOK  
JULI 2012**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Widy Hatmadi**

**NPM : 0806396563**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 2 Juli 2012**

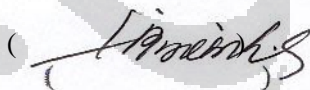
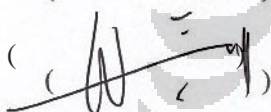

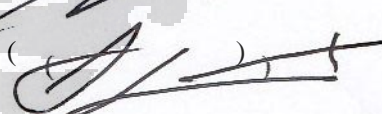
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Widy Hatmadi  
NPM : 0806396563  
Program Studi : Ilmu Administrasi Fiskal  
Judul Skripsi : Analisis Pengawasan Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi *Regulerend*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Fiskal, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dra. Sri Susilih., M.Si (  )  
Sekretaris Sidang : Murwendah, S.IA (  )  
Penguji Ahli : Dra. Inayati, M.Si (  )  
Pembimbing : Achmad Lutfi, S.Sos, M.Si (  )

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : 2 Juli 2012

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga saya, khususnya untuk Bapak, Ibu, dan Mbah Putri saya.*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin. Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas segala rahmat serta karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Administrasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangat sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, M.Sc, selaku Dekan FISIP UI.
2. Dr. Roy Valiant Salomo, M.Soc.Sc, selaku Ketua Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
3. Prof. Dr. Irfan Ridwan Maksum, M.Si, selaku Ketua Program Sarjana Reguler Departemen Ilmu Administrasi.
4. Umanto Eko Prasetyo, S.Sos., M.Si, selaku Sekretaris Program Sarjana Reguler Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
5. Dra. Inayati, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Fiskal sekaligus selaku ketua sidang skripsi yang telah memberikan masukan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini dan memerikan ilmu baik akademis maupun non akademis.
6. Achmad Lutfi, S.Sos, M.Si, selaku pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan membimbing peneliti.
7. Seluruh dosen yang telah mengajar kelas Fiskal 2008 yang telah memberikan pengetahuannya selama peneliti kuliah di FISIP UI.
8. Terima kasih untuk seluruh pegawai Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta, khususnya Bapak Bambang Usman, Bapak Edi Sumantri, Bapak Richard J., Bapak Selkiansyah dan Ibu Retno.
9. Bapak Bambang Sukanton selaku Kepala Seksi Arsitek Dinas Tata Ruang
10. Ibu Aulia selaku Staf Ahli Seksi Pengawasan Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan

11. Bapak Machfud Sidik selaku akademisi
12. Bapak, Ibu, Mbah Putri, Mba Wulan dan Adek Winarno. Terima kasih untuk cinta, doa dan semangatnya. Kalian inspirasiku!
13. Andra, Giska, dan Rendy, terima kasih untuk cerita, waktu, berjuang bersama dan semangatnya.
14. Riri Arisyia, terima kasih untuk semangat dikala putus asa mulai terasa.
15. Ratih, Faris, Giska, Tati, Dimas, Wulan, Dyta, Nisia, Bobby, Ryan, Tannia, Sarah, Nina, Tika, Cika, David, Wina, Henny, Dienda, Ifa, Toky, terima kasih sahabat sekaligus keluarga yang telah mengisi hari-hari selama empat tahun ini dengan kisah suka dan duka. Semoga kita semua menjadi orang yang bermanfaat.
16. Fiskal 08. Terima kasih telah berbagi tawa, keceriaan, ilmu dan pengalaman di empat tahun yang sangat menyenangkan ini.
17. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima Kasih!

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Depok, 2 Juli 2012

Peneliti

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widyo Hatmadi  
NPM : 0806396563  
Program Studi : Ilmu Administrasi Fiskal  
Departemen : Ilmu Administrasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Analisis Pengawasan Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi *Regulerend*” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 2 Juli 2012

Yang menyatakan,



(Widyo Hatmadi)

## ABSTRAK

Nama : Widy Hatmadi  
Program Studi : Ilmu Administrasi Fiskal  
Judul : Analisis Pengawasan Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi *Regulerend*

Penelitian ini membahas mengenai pengawasan dalam rangka optimalisasi fungsi *regulerend*. *Regulerend* dibutuhkan untuk mengendalikan reklame agar tidak merusak estetika kota dan keamanan reklame. Pesatnya pertumbuhan ekonomi sebanding lurus dengan pertumbuhan reklame di Jakarta. Oleh karena itu pengawasan diperlukan untuk mengendalikan fungsi ini agar berjalan optimal. Skripsi ini mengangkat dua permasalahan yaitu pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta dalam rangka optimalisasi fungsi *regulerend* dan kendala yang dihadapi. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengawasan sudah semakin membaik dengan berdirinya Unit Pelayanan Pajak Daerah sehingga pengawasan semakin dekat dengan objek reklame. Namun, masih terdapat berbagai kendala dalam pelaksanaan pengawasan seperti kurangnya pengolahan data yang baik.

Kata kunci:  
pengawasan, pajak reklame, fungsi *regulerend*



## ABSTRACT

Name : Widy Hatmadi  
Study Program : Undergraduate Program of Fiscal Administration  
Title : Supervision of Advertising in order to Optimization  
Regulerend Function Analysis

This thesis discusses supervision in order to optimize regulerend function of advertising tax. Regulerend function required to make sure that the advertising billboards do not disturb the beauty of the city and for the security of the billboard itself. The rapid economic growth comparable to the growth of advertising in Jakarta. Therefore, supervision is needed to control these functions in order to run optimally. This thesis is raised two issues, namely the supervision carried out by Dinas Pelayanan Pajak Jakarta in order to optimize the regulerend function and the constraints faced. The approach used in this study is a qualitative approach with qualitative data analysis techniques. The results of this study indicate that the control is much improved with the establishment of UPPD, which is closer to the object. In addition, there are still many obstacles such as lack of oversight in the implementation of the integrity of the data information.

Key words:

supervision, advertising tax, regulerend function

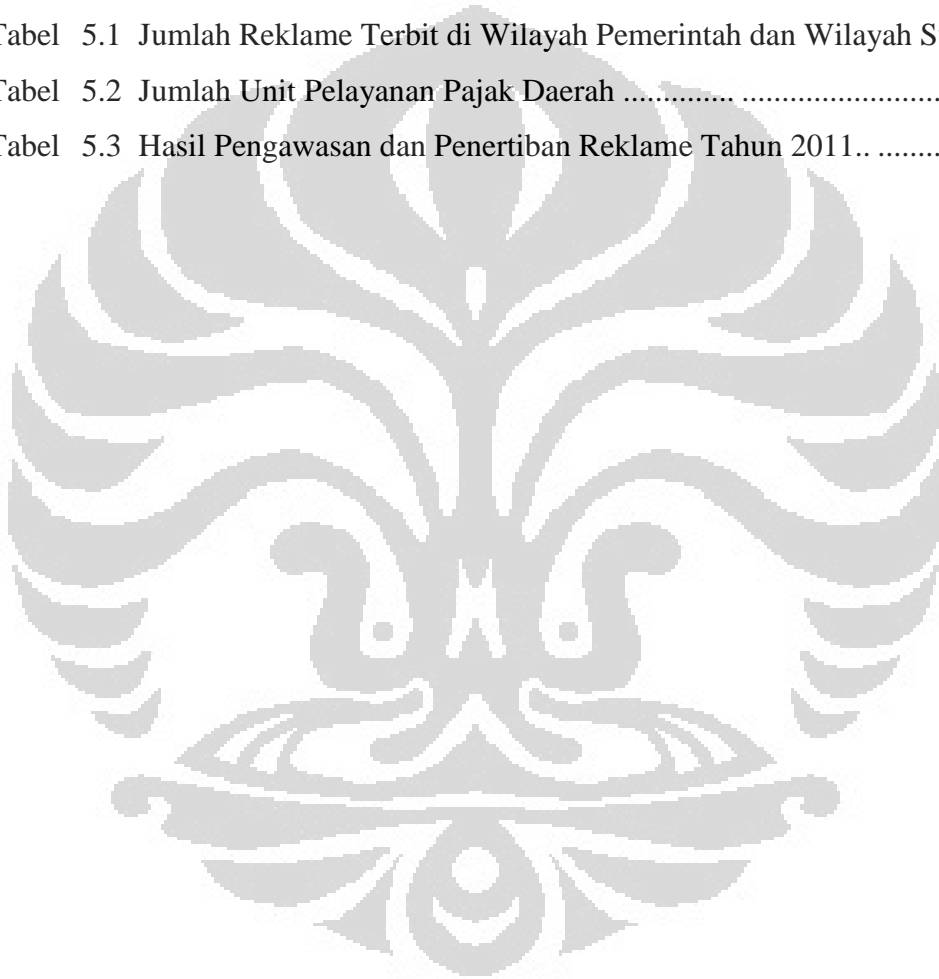
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN ..	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pokok Permasalahan .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Signifikansi Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.2 Kerangka Teori	
2.2.1 Pajak Daerah .....	17
2.2.2 Pajak Reklame .....	24
2.2.3 Administrasi Pajak .....	26
2.2.4 Fungsi Pajak .....	27
2.2.5 Pengawasan .....	31
2.3 Kerangka Pemikiran .....	36
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Pendekatan Penelitian .....	38
3.2 Jenis Penelitian	
3.2.1 Berdasarkan Tujuan Penelitian .....	38
3.2.2 Berdasarkan Manfaat Penelitian .....	39
3.2.3 Berdasarkan Dimensi Waktu .....	39
3.3 Metode dan Strategi Penelitian .....	40
3.4 Teknik Analisis Data .....	40
3.5 Informan .....	42
3.6 <i>Site</i> Penelitian .....	43
3.7 Batasan Penelitian .....	43

<b>BAB 4</b>	<b>GAMBARAN UMUM DINAS PELAYANAN PAJAK PROVINSI DKI JAKARTA DAN PENYELENGGARAAN PAJAK REKLAME</b>	
4.1	Gambaran Umum Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta	
4.1.1	Sejarah Pendirian Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta .....	44
4.1.2	Kedudukan, Tugas dan Fungsi Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta .....	46
4.1.3	Tujuan, Visi dan Misi Dinas Pelyanan Pajak Provinsi DKI Jakarta .....	47
4.1.4	Susunan Organisasi Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta .....	48
4.2	Gambaran Umum Penyelenggaraan Pajak Reklame	
4.2.1	Dasar Hukum Penyelenggaraan Pajak Reklame.....	52
4.2.2	Objek Pajak Reklame .....	53
4.2.3	Subjek, Wajib Pajak dan Dasar Penge.....	54
4.2.4	Cara Perhitungan Pajak Reklame .....	55
4.2.5	Tempat Penyelenggaraan reklame .....	55
4.3	Proses Penyelenggaraan Reklame .....	56
4.4	Sanksi Administrsi dan Ketentuan Pidana .....	58
<b>BAB 5</b>	<b>ANALISIS PENGAWASAN PENYELENGGARAAN REKLAME DALAM RANGKA OPTIMALISASI FUNGSI <i>REGULEREND</i></b>	
5.1	Peran Izin Penyelenggaraan Reklame Dalam Memenuhi Fungsi <i>Regulerend</i> .....	61
5.2	Analisis Pengawasan Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi <i>regulerend</i> .....	68
5.3	Kendala Yang Dihadapi Dalam Pengawasan Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi <i>Regulerend</i> .....	86
<b>BAB 6</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1	Simpulan .....	94
6.2	Saran .....	95
	<b>DAFTAR REFERENSI</b> .....	96
	<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

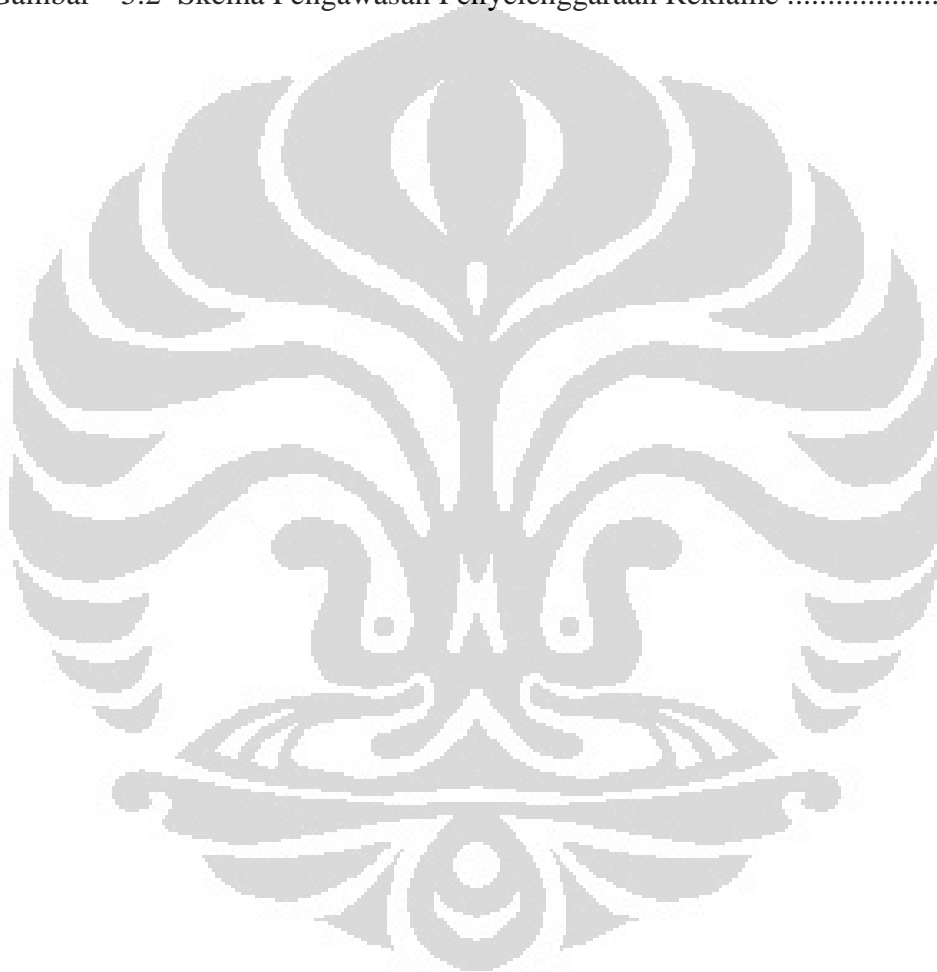
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Reklame Yang Ada DI Jakarta .....	3
Tabel 1.2	Data Terkait Dengan Reklame .....	4
Tabel 1.3	Daftar Reklame Roboh DKI Jakarta Tahun 2012 .....	5
Tabel 1.4	Daftar Jumlah Realisasi Pajak Reklame .....	9
Tabel 2.1	Matriks Perbandingan Tinjauan Pustaka .....	14
Tabel 5.1	Jumlah Reklame Terbit di Wilayah Pemerintah dan Wilayah Swasta	73
Tabel 5.2	Jumlah Unit Pelayanan Pajak Daerah .....	79
Tabel 5.3	Hasil Pengawasan dan Penertiban Reklame Tahun 2011.. .....	82



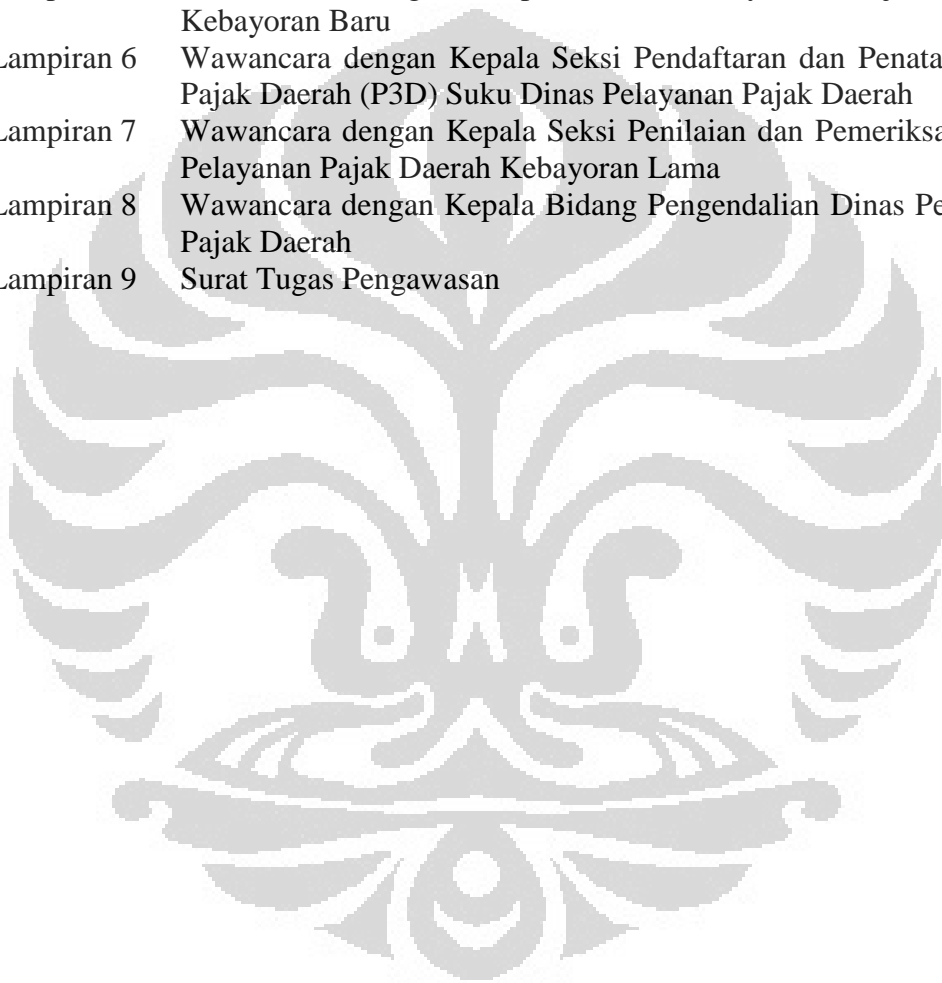
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peristiwa Reklame Roboh .....	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	37
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta .	50
Gambar 4.2	Siklus Penyelenggaraan Reklame .....	56
Gambar 5.1	Alur Perolehan Izin Penyelenggaraan Reklame .....	66
Gambar 5.2	Skema Pengawasan Penyelenggaraan Reklame .....	67



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Wawancara dengan Akademisi
- Lampiran 3 Wawancara dengan Perwakilan Dinas Tata Ruang
- Lampiran 4 Wawancara dengan Perwakilan Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan
- Lampiran 5 Wawancara dengan Kepala Unit Pelayanan Pajak Daerah Kebayoran Baru
- Lampiran 6 Wawancara dengan Kepala Seksi Pendaftaran dan Penatausahaan Pajak Daerah (P3D) Suku Dinas Pelayanan Pajak Daerah
- Lampiran 7 Wawancara dengan Kepala Seksi Penilaian dan Pemeriksaan Unit Pelayanan Pajak Daerah Kebayoran Lama
- Lampiran 8 Wawancara dengan Kepala Bidang Pengendalian Dinas Pelayanan Pajak Daerah
- Lampiran 9 Surat Tugas Pengawasan



# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Jakarta merupakan pusat ekonomi utama Indonesia. Beragam jenis kegiatan perdagangan dan industri penting berhasil menarik penanaman modal baik dalam negeri maupun internasional menyemarakkan dunia perniagaan dan perdagangan. Begitu banyak produk-produk yang dihasilkan baik berupa barang maupun jasa. Dengan banyaknya barang dan jasa yang dihasilkan maka dibutuhkan sebuah media untuk memperkenalkan atau memberitahukan produk-produk yang dihasilkan kepada konsumen.

Banyak media yang menjadi pilihan untuk menawarkan produk-produk baik berupa barang atau jasa. Seperti, media reklame, media televisi, media radio, dll. Salah satu media yang diminati oleh para pengusaha adalah media reklame. Karena dengan kondisi Jakarta sebagai kota metropolitan dengan banyak arus lalu lintas yang padat di jalan maka pengusaha memanfaatkan kondisi ini untuk memperkenalkan produk-produk mereka ke pengguna jalan. Banyak jenis-jenis reklame yang ada di setiap sudut Kota Jakarta, salah satunya, reklame papan/billboard, reklame kain, reklame stiker, megatron, dan lain-lain.

Reklame memiliki potensi yang cukup besar di Jakarta sebagai penyumbang kas pemerintah daerah maupun sebagai dampak negatif yang ditimbulkan. Pajak merupakan alat yang digunakan pemerintah untuk mendapatkan penerimaan dari penyelenggaraan reklame dan pengendalian terhadapnya. Di dalam peranannya pajak memiliki dua fungsi, yaitu fungsi *budgetair* dan fungsi *regulerend*. Di satu sisi pajak digunakan sebagai alat penerimaan (*budgetair*) bagi pemerintah baik pusat maupun daerah untuk mengisi kas negara yang digunakan untuk pembangunan dan penyelenggaraan negara. Di sisi lain pajak juga digunakan sebagai alat pengendali (*regulerend*) atau fungsi mengatur yang dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal pengendalian atau *regulerend* pemerintah memanfaatkan pajak untuk mengarahkan, menciptakan, membuat dalam keadaan tertentu yang diinginkan pemerintah untuk kepentingan masyarakat. Seperti, pemerintah ingin

mengendalikan reklame dalam aspek keindahan, tata kota dan keamanan dari reklame itu sendiri.

Reklame digunakan karena memiliki potensial yang positif untuk menyampaikan atau menginformasikan produk-produk bagi pengguna jalan. Jakarta merupakan surga reklame untuk memainkan perannya karena reklame dapat dilihat disetiap jalan Jakarta ketika masyarakat sedang berlalu lintas. Jakarta tempat industri dan perdagangan berkembang. Perkembangan dunia usaha yang pesat membutuhkan media-media promosi untuk meningkatkan penjualan sehingga reklame mempunyai prospek untuk berkembang dan terus meningkat jumlahnya.

Dengan banyaknya reklame di Jakarta maka berbanding lurus dengan ancaman yang timbul di Jakarta maupun kerusakan keindahan kota Jakarta dengan banyaknya reklame. Banyak tiang-tiang raksasa yang dapat merugikan baik kerugian materil maupun nyawa seseorang. Oleh karena itu, mengingat reklame hampir ada diseluruh sudut Jakarta maka diperlukan pengawasan yang profesional dengan landasan hukum dan aturan yang jelas, tegas dan transparan.

Pajak reklame dikenakan atas dasar fungsi badgetair dan regulerend. Di dalam penyelenggaraan reklame dibutuhkan beberapa izin, seperti, konstruksi dan tata letak. Hal ini merupakan landasan dari fungsi regulerend terhadap reklame. Hal ini membuktikan bahwa reklame tidak hanya mengutamakan aspek penerimaan namun juga aspek, keindahan, ketertiban, dan keamanan. Namun, di dalam penyelenggaraan reklame masih ada beberapa penyimpangan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu bentuk pengawasan apakah penyelenggaraan reklame sudah sesuai yang diharapkan atau belum.

Di dalam penyelenggaraan reklame memerlukan perhatian terhadap aspek keselamatan dan keamanan umum, estetika kota dan efektifitas penyampaian pesan. Hal ini terkait dengan fungsi pajak yang mempunyai fungsi regulerend. Dengan adanya pengendalian maka ancaman atau hal-hal yang tidak menyenangkan seperti, rusaknya estetika kota dan keselamatan pengguna jalan dapat diminimalisir.



**Tabel 1.1 Jenis Reklame yang Ada Di Jakarta**

No	Nama Jenis Reklame
1	Baliho
2	Berjalan/Kendaraan Bukan Umum
3	Kain
4	Papan
5	Udara/Balon
6	Neon Box
7	Neon Sign
8	Sticker
9	Berjalan/Kendaraan Umum
10	Megatron, Videotron dan LED
11	Slide Dengan Suara
12	Nama Board
13	Shop Panel

Sumber : Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta

Banyak jenis-jenis reklame yang bertebaran di DKI Jakarta, seperti reklame baliho, papan, nama board, megatron, videotron, dan lain-lain. Reklame-reklame ini dimanfaatkan oleh para produsen untuk memperkenalkan barang dan jasa yang dihasilkan. Reklame ini dianggap efektif di dalam memasarkan barang dan jasa karena mengingat padatnya lalu lintas DKI Jakarta sejak pagi hingga malam hari. Dengan padatnya lalu lintas maka para pengusaha tidak mau kehilangan kesempatan untuk memperkenalkan produk kepada ribuan konsumen yang berlalu lalang di setiap sudut jalan Jakarta.

**Tabel 1.2 Data Terkait Dengan Reklame**

No	KRITERIA	JUMLAH
1	Reklame Terbit	225.959
2	Reklame Belum Daftar Ulang	24.448
3	Wajib Pajak	50.080

Sumber Dinas Pelayanan Pajak Daerah

Data di atas menunjukkan betapa banyaknya jumlah reklame yang ada 225.959 terdapat di DKI Jakarta. Dengan semakin banyaknya reklame maka akan berbanding lurus dengan potensi ketidaktertiban yang ada di Jakarta, seperti pemandangan kota Jakarta akan terganggu dan ancaman reklame roboh ketika musim sedang tidak baik. Dengan adanya keadaan seperti ini maka dibutuhkan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame agar tercipta bentuk ketertiban di dalam penyelenggaraan reklame yang terpasang di sudut-sudut ibu kota negara ini.

Dari jumlah reklame yang diterbitkan, ada 24.448 reklame yang belum terdaftar ulang atau ada sekitar 10,819% (11%) yang belum mendaftarkan ulang oleh wajib pajak. Banyaknya jumlah reklame yang belum terdaftar ulang maka diperlukan suatu bentuk pengawasan. Hal ini untuk mencegah beberapa hal negatif, seperti reklame yang belum terdaftar ulang tersebut sudah tidak layak pakai sehingga akan membahayakan bagi pengguna jalan di sekitar, reklame yang belum terdaftar akan berpotensi terjadinya bentuk ketidak patuhan wajib pajak untuk memperpanjang sehingga akan merugikan pihak pemerintah DKI Jakarta karena wajib pajak tidak membayar pajak untuk memperpanjang namun reklame masih tetap berdiri di DKI Jakarta. Selain itu bentuk pengawasapun dibutuhkan baik terhadap reklame maupun wajib pajak itu sendiri. Dengan jumlah yang cukup banyak yaitu 50.080 wajib pajak maka pengawasan di dalam kepatuhan wajib pajak perlu diperhatikan agar terciptanya ketertiban pada penyelenggaraan reklame.

Dengan banyaknya jumlah reklame maupun jumlah wajib pajak reklame, yaitu sekitar 225.959 reklame dan 50.080 wajib pajak reklame maka fungsi keindahan kota, fungsi keamanan, dan ketertiban memerlukan suatu bentuk

pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame. Banyaknya jumlah reklame dan wajib pajak memang berbanding lurus dengan penerimaan Pemerintah Kota DKI Jakarta. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan fungsi regulend pajak reklame itu sendiri, yang berfungsi untuk mengendalikan penyelenggaraan reklame. Oleh karena itu fungsi pengawasan terhadap fungsi regulend perlu dilaksanakan agar tercipta ketertiban, keamanan, dan keindahan. Tidak hanya itu dengan adanya pengawasan terhadap fungsi regulend maka akan tercipta suatu bentuk keseimbangan atau keharmonisan antara fungsi budgetair dan regulend.

Di awal tahun 2012, kawasan DKI Jakarta dilanda cuaca ekstrem. Bentuk pengawasan perlu ditingkatkan bagi pihak instansi-instansi terkait penyelenggaraan reklame pemerintah daerah DKI Jakarta karena instansi-instansi tersebut bertanggung jawab atas berdirinya papan reklame. Pada awal tahun ini banyak reklame yang tumbang karena tertiuip angin kencang akibat siklus 5 tahun dari gejala alam yang disebut La Nina. Tumbangnya reklame terjadi di sejumlah sudut kota Jakarta. Tumbangnya reklame ini banyak menelan kerugian baik materil maupun non materil. Robohnya reklame ini tidak hanya menghilangkan harta namun juga menghilangkan nyawa orang yang tertimpa runtuhnya reklame. Berdasarkan data dari Pemerintah Provinsi DKI ada sejumlah reklame yang roboh, hal ini dijelaskan dalam table berikut :

**Tabel 1.3 Daftar Reklame Roboh DKI Jakarta Tahun 2012**

No	Wilayah	Jumlah Reklame Roboh
1.	Jakarta Barat	4 buah
2.	Jakarta Selatan	1 buah
3.	Jakarta Timur	1 buah

Sumber : Vivanews.com, 2012

Data tabel 1.3 menunjukkan bahwa masih rentannya reklame yang membantu penerimaan asli daerah dan penghias pemandangan DKI Jakarta. Dalam peristiwa reklame roboh ini banyak pihak pemerintah daerah yang terkait karena dalam proses perizinan reklame sampai berdirinya reklame ini memerlukan perjalanan proses birokrasi yang panjang yang tidak hanya bersinggungan dengan satu

instansi pemerintah. Instansi yang terkait bertanggungjawab dalam menertibkan ijin pemasangan reklame, menginventarisasi sekaligus melakukan pemantauan atas reklame-reklame terpasang pada suatu kawasan tertentu.

Seiring robohnya reklame, seiring pula kerugian yang ditimbulkan baik materi maupun jiwa. Berdasarkan liputan berita terdapat kerugian material seperti kendaraan yang tertimpa reklame, korban luka-luka bahkan hilangnya nyawa seseorang. Seperti yang dikabarkan oleh beberapa surat kabar yang sudah menimbulkan kerugian. Seorang pengguna jalan, tersengat aliran listrik dari papan reklame yang roboh. Papan reklame iklan yang roboh itu berada di kawasan depan Kampus Esa Unggul, Kebon Jeruk, Jalan Arjuna Selatan, Jakarta Barat. Kejadian bermula ketika pada Kamis, 5 Januari 2012 sore, hujan lebat dan angin kencang melanda kawasan itu. Saat itu, korban bernama Yadi, berusia 26 tahun, tengah menumpang mobil boks. Tiba-tiba, papan reklame roboh dan menimpa mobil yang ditumpangnya. (vivanews.com, 2012)

Selain beberapa papan reklame yang roboh di sepanjang Tol Kebon Jeruk, salah satunya juga menimpa rumah warga. Papan reklame roboh dan pohon tumbang juga terjadi di Jalan dr. Sutomo, Pasar Baru, Jakarta Pusat, arah Kemayoran. Berikut adalah gambar reklame yang roboh di sekitar DKI Jakarta yang merugikan baik materi dan non-materil:



**Gambar 1.1 Peristiwa Reklame Roboh**

Sumber: kompas.com, 2012

Gambar 1.1 merupakan dampak dari lemahnya pengawasan di lapangan. Peristiwa reklame ini seharusnya diperlukan pengawasan dari pihak yang bertanggung jawab atas pelaksanaannya. Masalah reklame ini muncul ketika musim hujan datang dan angin bertiup kencang di DKI Jakarta. Penyelenggaraan reklame merupakan penyelenggaraan yang memerlukan proses yang cukup panjang karena reklame memerlukan aspek pengendalian (regulerend) dalam pelaksanaannya. Reklame memerlukan izin karena reklame dapat mempengaruhi faktor keindahan kota dan keamanan kota. Setelah pemberian izin maka pengawasan dibutuhkan dalam pelaksanaan dilapangan. Peristiwa yang seperti ditunjukkan gambar di atas mengundang pertanyaan bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pihak yang diberi amanat dalam mengawasinya.

Selain itu, masih banyak reklame liar yang berkeliaran di sudut-sudut kota jakarta. banyak iklan yang terpajang di setiap sudut kota jakarta, seperti, iklan alat kosmetik, iklan pakaian, iklan tempat-tempat hiburan, iklan makanan maupun minuman, iklan perawatan tubuh, bahkan iklan partai-partai pada saat kampanye. Pemasangan reklame ini merupakan hal yang menguntungkan para pengusaha di dalam memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan. Namun, ada beberapa faktor yang mungkin menjadi beberapa alasan mengapa terdapat reklame liar. Seperti, panjang atau lamanya di dalam proses memperoleh izin penyelenggaraan

reklame, adanya tempat-tempat strategis untuk penyelenggaraan reklame namun tidak ada mendapat izin penyelenggaraannya seperti *white area* sehingga ada beberapa penyelenggara reklame yang nekat untuk memasang reklame dan faktor lemahnya pengawasan dari pemerintah itu sendiri. Seperti kutipan pada liputan koran online yang menunjukkan masih adanya reklame liar di daerah *white area* : Di sepanjang Jalan MH Thamrin - Jalan Sudirman yang ditetapkan sebagai kawasan bebas reklame, ternyata hingga kini beberapa jembatan penyeberangan orang (JPO) masih dipenuhi reklame. JPO di depan Bank Indonesia yang menampilkan reklame sebuah bank masih terpasang. Demikian pula reklame di JPO Sarinah, reklame Sharp Aquos di JPO Polda Metro Jaya, reklame CIMB Niaga di JPO Senayan, reklame sebuah asuransi di JPO Ratu Plasa. Ada juga reklame yang konstruksinya melewati sepadan jalan, yaitu reklame perusahaan penerbangan di Jalan Gatot Subroto. (<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=301726>)

Di bawah naungan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta masih terdapat masalah pada beberapa aspek, seperti keindahan kota dan keamanan masyarakat itu sendiri. Hal ini karena bertaburannya reklame dimana-mana mengingatkan kota Jakarta ini merupakan pusat Republik Indonesia yang menjadi tempat pusat dari perdagangan dan lalu lintas teramai dari seluruh Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Dengan ramainya kota Jakarta maka menjadi lahan kesempatan bagi para pengusaha yang ingin memperkenalkan barang-barang atau jasa-jasa yang dihasilkan. Oleh karena itu, dengan beberapa alasan yang sudah disebutkan maka banyak pengusaha yang memasang reklame ilegal, hal ini dapat mengganggu keindahan kota karena tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Seperti yang dikatakan oleh Walikota Jakarta Selatan, Anas Efendi didampingi Kepala Suku Dinas Pelayanan Pajak I Jaksel, Wilson P. Purba menjelaskan, keberadaan papan reklame berukuran raksasa atau kisaran 100 meter yang tidak tertata kian merusak estetika lingkungan kota. Selain estetika kota terganggu lanjutnya, tidak sedikit reklame tanpa izin maupun reklame yang sudah habis masa tayangnya namun masih terpasang disejumlah kawasan di Jakarta Selatan. Termasuk reklame yang tidak sesuai dengan tata letak ruang bangunan serta reklame yang ditolak

Pemprov DKI Jakarta dengan pertimbangan khusus. (<http://www.poskotanews.com/2012/03/28/pemkot-jaksel-tertibkan-reklame/>)

Banyak reklame yang ada di Jakarta yang menghias DKI Jakarta. Dengan banyaknya reklame yang ada di DKI Jakarta maka pendapatan daerah dari pajak reklame dapat dikatakan cukup besar yaitu,

**Tabel 1.4 Daftar Jumlah Realisasi Pajak Reklame**

No.	Realisasi	Jumlah
1	Tahun 2007	Rp 257.775.199.148,-
2	Tahun 2008	RP 306.953.676.694,-
3	Tahun 2009	Rp 269.697.869.692,-
4	Tahun 2010	Rp 258.171.510.385,-
5	Tahun 2011	Rp 268.795.660.062,-

Sumber : Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta

Dengan banyaknya jumlah penerimaan yang dihasilkan dari penyelenggaraan reklame atau dapat dikatakan fungsi budgeteir pajak sudah berhasil karena dapat mengumpulkan pendapatan daerah dalam jumlah besar. Namun, apakah fungsi regulerend pajak sudah berjalan dengan baik apabila melihat masalah-masalah yang sudah dijabarkan di atas. Oleh karena itu pentingnya keseimbangan antara fungsi budgeteir dan regulerend yaitu dalam bentuk pengawasan dari fungsi regulerend pajak reklame. Pemerintah daerah sebaiknya tidak hanya memfokuskan pada fungsi pajak untuk mendapatkan pemasukan bagi penerimaan kas daerah dan mengabaikan fungsi regulerend sehingga menimbulkan kerugian bagi masyarakat, masyarakat yang melintas di sekitar reklame pada khususnya.

Di dalam permasalahan-masalahan reklame yang ada, seperti, peristiwa robohnya reklame ini maka bentuk pengawasan dari fungsi regulerend perlu diperhatikan. Pengawasan merupakan bagian dari sistem administrasi yang dibutuhkan agar dapat menilai dan mengendalikan suatu proses kegiatan. Kegiatan pengawasan sebagai fungsi manajemen bermaksud untuk mengetahui tingkat kesuaian prosedur yang dilaksanakan. Dengan adanya pengawasan maka pemerintah dapat mengambil langkah-langkah apabila terjadi penyimpangan di

lapangan. Untuk itulah, fungsi pengawasan dilaksanakan, agar diperoleh umpan balik (*feed back*) untuk melaksanakan perbaikan bila terdapat kekeliruan atau penyimpangan sebelum menjadi lebih buruk dan sulit diperbaiki. Penyelenggaraan pajak reklame, pemerintah daerah bertanggungjawab untuk mengawasi baik di dalam aspek keindahan kota dan keamanan dari reklame itu sendiri. Dengan adanya pengawasan penyelenggaraan reklame akan lebih tertib karena pemerintah dapat mengawasi sejauh mana kepatuhan dari wajib pajak.

## 1.2. Pokok Permasalahan

Dengan adanya papan reklame yang roboh maka pengawasan fungsi pajak *regulerend* dijadikan objek penelitian oleh peneliti. Dengan fungsi mengatur, pajak bisa digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Di dalam penyelenggaraan reklame, pajak memiliki peran yaitu berfungsi mengendalikan keindahan kota dari pengaturan tata letak kota, pengaturan itu sendiri dapat terlihat pada dasar pengenaan pajak reklame. Selain itu pengendalian juga berada pada luas dan ketinggian, apabila semakin luas maka dasar pengenaan pajak akan semakin besar. Pengendalian ini untuk mencapai keindahan atau estetika kota dan aspek keamanan. Namun, dengan adanya reklame liar dan roboh menjadi suatu hal yang kontras dengan tujuan baik yaitu membuat kota menjadi indah dengan reklame dan keamanan tetap terjaga dari reklame itu sendiri.

Selain itu, reklame-reklame liar atau ilegal ini juga merusak estetika kota karena berterbaran di setiap Kota Jakarta baik di pusat Jakarta maupun di pinggiran Kota Jakarta. Pada dasarnya reklame mempunyai instrumen pengendalian yaitu pajak, selain fungsi pendapatan daerah, pajak juga untuk mengendalikan estetika kota itu sendiri. Reklame liar ini akan mengganggu pandangan mata maupun keamanan pengguna jalan yang melewatinya. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti proses pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Pelayanan Pajak di dalam penyelenggaraan reklame.

Oleh karena itu, maka peneliti akan membahas pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengawasan yang dilakukan terhadap peningkatan fungsi *regulerend* pajak reklame di DKI Jakarta?



2. Apa kendala yang dihadapi pada saat proses pengawasan terhadap reklame di DKI Jakarta?

### 1.3. Tujuan penelitian

1. Untuk menggambarkan proses pengawasan terhadap fungsi regulasi pajak reklame di DKI Jakarta yang dilakukan Dinas Pelayanan Pajak.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pada saat proses pengawasan pajak reklame.

### 1.4. Signifikansi Penelitian

#### 1. Signifikansi akademis

Hasil penelitian ini akan bermanfaat sebagai analisis pengawasan penyelenggaraan terhadap penerapan pajak reklame dan memperkaya kajian akademis mengenai perpajakan daerah, khusus mengenai pajak reklame

#### 2. Signifikansi praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Pemerintah DKI Jakarta dalam upaya meningkatkan good governance, khususnya mengenai penerapan pajak daerah.

### 1.5 Sistematika Penulisan

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab 1 ini penulis akan menjelaskan secara garis besar penelitian ini yang terdiri atas latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, signifikansi penelitian baik bagi kalangan akademis maupun praktisi serta sistematika penulisan yang digunakan.

#### BAB 2 KERANGKA TEORI

Pada Bab 2 ini penulis menguraikan dasar-dasar teoritis yang digunakan dalam menganalisis permasalahan penelitian dan tinjauan pustaka yang berisikan penelitian sebelumnya yang dijadikan penulis sebagai referensi.

### BAB 3 METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, dipaparkan mengenai metode penelitian yang terbagi menjadi pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode dan strategi penelitian, narasumber, penentuan *site* penelitian, serta batasan penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian.

### BAB 4 GAMBARAN UMUM DINAS PELAYANAN PAJAK DAERAH PROVINSI DKI JAKARTA

Dalam bab ini, peneliti memberikan gambaran umum mengenai pelaksanaan pengawasan Pajak Reklame di Provinsi DKI Jakarta dan juga gambaran umum mengenai Pemerintah Daerah DKI Jakarta. Gambaran umum ini akan menjadi data pendukung dalam pemaparan hasil penelitian dan penyajian data penelitian.

### BAB 5 ANALISIS PENGAWASAN PENYELENGGARAAN REKLAME DALAM RANGKA OPTIMALISASI FUNGSI REGULEREND DI PROVINSI DKI JAKARTA

Dalam bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai pengawasan terhadap pajak reklame yang lebih mengarah kepada fungsi regulerend yang terdapat pada di Provinsi DKI Jakarta. Analisis yang dilakukan didasarkan pada teori-teori yang berkaitan dan diperkuat dengan informasi yang didapat langsung dari pihak terkait melalui wawancara mendalam.

### BAB 6 SIMPULAN DAN SARAN

Bab 6 berisikan simpulan dari pembahasan yang telah dijabarkan oleh penulis pada bab sebelumnya, dilanjutkan dengan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi pihak terkait sehingga untuk selanjutnya dapat lebih meningkatkan pengawasan terhadap fungsi regulerend Pajak Reklame untuk menjadikan pemerintah daerah DKI Jakarta menjadi *good governance*.

## **BAB 2**

### **KERANGKA TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Dalam melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengawasan Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi Regulerend”, peneliti perlu melakukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Peneliti mengambil empat hasil penelitian yang relevan dengan tema peneliti. Tinjauan pustaka ini diharapkan dapat memberikan suatu perspektif umum yang berguna dalam penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian pertama dilakukan oleh Dewi Komalasari. Dewi Komalasari meneliti tentang pengawasan reklame yang berhubungan dengan peningkatan pajak daerah. Di dalam penelitiannya Dewi Komalasari menggunakan pendekatan kualitatif dan deskriptif. Dewi Komalasari menggambarkan bagaimana penengisasi dapat membantu aparat pajak dalam mengawasi ketertiban dalam penyelenggaraan reklame. Selain itu peneliti juga menggambarkan pajak reklame dapat mempengaruhi penerimaan pajak daerah. Di dalam teknik pengumpulan data, Dewi Komalasari menggunakan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan.

Penelitian kedua yang dijadikan tinjauan pustaka adalah mengenai pengawasan pemungutan untuk mencegahnya hilangnya penerimaan pajak reklame. Penelitian ini ditulis oleh Lestari. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan studi literatur atau penelitian kepustakaan dan pengumpulan data di lapangan. Di dalam penelitian ini ada beberapa point yang dapat disimpulkan, yaitu masih banyak reklame liar yang belum ditertibkan karena pengawasannya belum efektif, dengan adanya pembatasan wewenang maka pengawasan aparat pajak kurang efektif, selain itu ada juga perkembangan positif, perizinan reklame menjadi satu pintu sehingga memudahkan administrasi ditengah-tengah pengurusan penyelenggaraan reklame yang kompleks. Penelitian yang ketiga yang menjadi tinjauan pustaka adalah penelitian yang dibuat oleh Kristophorus tentang proses perizinan pajak reklame. Kristophorus di dalam penelitiannya bertujuan untuk menggambarkan masalah-masalah yang terjadi pada saat perizinan reklame. Penelitian ini menggunakan

metode kualitatif deskriptif. Salah satu dari hasil penelitiannya Kristophorus menggambarkan bahwa ada kepentingan-kepentingan tertentu yang mengorbankan peraturan yang ada.

Penelitian yang keempat yang menjadi tinjauan pustaka adalah penelitian yang dibuat oleh Wulandari (2006) tentang Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah Atas Penyelenggaraan Reklame. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sistem pemungutan pajak reklame yang berlaku saat ini di dalam mendukung penerimaan pajak daerah dan untuk menganalisis prosedur penyelenggaraan reklame dalam memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam menyelesaikan kewajibannya untuk menggambarkan masalah-masalah yang terjadi pada saat perizinan reklame. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Salah satu dari hasil penelitiannya adalah sistem dan prosedur yang diterapkan di Dipenda DKI Jakarta menghambat optimalisasi penerimaan pajak daerah dan prosedur penyelenggaraan reklame tidak memudahkan wajib pajak dalam menyelesaikan kewajibannya. Tinjauan pustaka penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.1:

**Tabel 2.1 Matriks Perbandingan Tinjauan Pustaka**

	Dewi Komalasari 2001	Lestari 2004	S. Kristophorus 2007	Wulandari 2006	Widyo Hatmadi 2012
Judul	Pengawasan Reklame Melalui Penengisasi Sebagai upaya meningkatkan pajak daerah di kecamatan johan baru jakarta pusat	Analisis pelaksanaan pengawasan terhadap pemungutan pajak reklame untuk mencegah hilangnya penerimaan pajak reklame (studi kasus DIPENDA Propinsi DKI Jakarta)	Analisis Atas Implementasi Proses Perizinan Pajak Reklame Di Propinsi DKI Jakarta	Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah Atas Penyelenggaraan Reklame Di DKI Jakarta	Analisis pengawasan penyelenggaraan reklame dalam rangka optimalisasi fungsi regulerend
Tujuan Penelitian	1.Dengan pengawasan reklame melalui penengisasi terhadap reklame yang telah masa	1.Untuk mengetahui mekanisme pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame di Dinas	1.Untuk mengetahui permasalahan-permasalahan dan hambatan-hambatan yang terjadi dalam implementasi proses perizinan penyelenggaraan	1.Untuk menganalisis peran sistem pemungutan pajak reklame yang berlaku saat ini di dalam mendukung	1.Untuk menggambarkan proses pengawasan terhadap fungsi regulerend pajak reklame di DKI Jakarta

	izinnya dan reklame liar, diharapkan dapat memudahkan petugas pajak melaksanakan pengawasan dan pemantauan 2.dengan penerimaan pajak reklame diharapkan dapat meningkatkan pajak daerah	Pendapatan Daerah Propinsi DKI Jakarta 2.Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pengawasan terhadap pemungutan pajak reklame di DKI Jakarta	reklame di Propinsi DKI Jakarta.	penerimaan pajak daerah 2.Menganalisis prosedur penyelenggaraan reklame dalam memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam menyelesaikan kewajiban perpajakannya	2.Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pada saat proses pengawasan terhadap reklame di DKI Jakarta.
Pendekatan	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
Jenis penelitian	Deskriptif	Deskriptif	Deskriptif	Deskriptif	Deskriptif
Teknik Pengumpulan Data	Penelitian Kepustakaan dan Penelitian Lapangan	Studi Literatur dan Studi Lapangan	Studi Kepustakaan dan pengumpulan data di lapangan	Studi Kepustakaan dan studi lapangan	Studi Kepustakaan dan Pengumpulan data
Hasil Penelitian	Dengan pengawasan reklame melalui penengisasi dapat memudahkan petugas pajak melakukan pengawasan dan pemantauan, karena dengan penengisasi dapat diketahui peneng tersebut masih berlaku atau tidak, sehingga pelaksanaan penengisasi itu sendiri dianggap efektif karena kita dapat mengetahui	1.proses perizinan penyelenggaraan reklame yang kompleks sekarang lebih dimudahkan dengan dikeluarkannya kebijakan satu pintu oleh Pemerintah Daerah 2. Dengan adanya pembatasan wewenang yang ditetapkan maka pengawasan kurang efektif sehingga menimbulkan pola egosentris dalam arti	Kepentingan-kepentingan dari pihak tertentu dapat mengakibatkan penyimpangan-penyimpangan dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame yang seharusnya diselenggarakan sesuai dengan etika dan estetika kota. Dengan adanya kepentingan-kepentingan dari para pihak tertentu menyebabkan reklame yang diselenggarakan tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku Sumber daya petugas dalam unit-unit yang terlibat dalam penerbitan izin	Sistem dan prosedur yang diterapkan dan berjalan saat ini di Dipenda DKI Jakarta menghambat optimalisasi penerimaan pajak daerah dan prosedur penyelenggaraan reklame tidak memudahkan wajib pajak dalam menyelesaikan kewajiban perpajakannya	1.Dalam pelaksanaan pengawasan di lapangan dapat dikatakan semakin membaik karena pengawasan lebih dekat dengan adanya pembentukan UPPD di setiap kecamatan 2.Namun masih ada kekurangan dalam melakukan pengawasan. Dalam melaksanakan pengawasan Dinas Pelayanan

	<p>reklame yang terpasang tersebut legal atau tidak dengan melihat ada atau tidak peneng yang tertempel di relame.</p> <p>2. kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah sangatlah penting, karena penerimaan pajak reklame yang besar dapat meningkatkan penerimaan pajak daerah dan dengan penerimaan pajak reklame yang besar tersebut, tentunya kontribusi pajak reklame cukup besar pada sektor pajak daerah.</p>	<p>personil di lapangan hanya bersedia mengawasi sesuai kewenangan masing-masing.</p> <p>3. masih banyak reklame liar yang belum ditertibkan, SKPD yang ditertibkan tidak dipenuhi oleh wajib pajak yang secara langsung menunjukkan bahwa pengawasan yang berjalan belum cukup efektif.</p>	<p>penyelenggaraan reklame belum menjalankan fungsinya dengan baik, dimana dalam pelaksanaannya proses perizinan, koordinasi antar unit yang terkait dengan proses perizinan belum berlangsung dengan semestinya</p>	<p>Pajak hanya bekerja sendirian dengan tidak beserta instansi terkait.</p> <p>3. Pengawasan masih terdapat kelemahan pada integritas informasi pada semua jajaran Dinas Pelayanan Pajak. Data yang dimiliki oleh jajaran Dinas Pelayanan Pajak tidak terintegrasi satu sama lain.</p>
--	---	--	--	--

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Peneliti menganalisis pengawasan yang dilakukan dalam penyelenggaraan reklame dengan tujuan mengedepankan fungsi regulerend di DKI Jakarta. Penelitian ini meneliti tentang sejauh mana fungsi regulerend pajak reklame diterapkan dan untuk menganalisis pengawasan yang diterapkan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta terhadap pajak reklame. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan tujuan penelitiannya bersifat deskriptif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penulis menggunakan teori yang sama, yaitu tentang pajak daerah dan reklame, dan juga penulis memakai metode penelitian serta teknik analisis data yang sama. Dengan demikian, penulis dapat menjadikan penelitian ini sebagai perbandingan.

## 2.2 Kerangka Teori

### 2.2.1 Pajak Daerah

Pada era reformasi ini negara Indonesia telah mengubah sistem perpajakan yang ada di Indonesia, yaitu sistem yang dulunya terpusat berlai ke sistem pemungutan pajak daerah. Dan pemerintah pusat hanya menerima beberapa persent dari total pendapatan pajak yang diperoleh dari daerah atau sering dikenal dengan istilah otonomi daerah. Sejak adanya otonomi daerah, pemerintah daerah berlomba-lomba untuk mencari penerimaan untuk daerahnya. Secara umum, penerimaan pemerintah daerah dapat bersumber dari pajak, retribusi, dan bagi hasil. Pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah dan pembangunan daerah (Mardiasmo, 2009, p.12).

Pajak daerah merupakan sumber penerimaan daerah yang memiliki potensial yang cukup tinggi dan sangat penting bagi perkembangan dan pembangunan. Menurut Soetrisno mendefinisikan pajak daerah sebagai berikut :

“Pajak Daerah adalah pungutan daerah yang berdasarkan peraturan yang diterapkan guna pembiayaan pengeluaran-pengeluaran daerah sebagai badan publik, sedangkan lapangan pajaknya adalah lapangan pajak yang belum diusahakan oleh negara.” (Soetrino, 1982, hal.202)

Pajak daerah merupakan pajak yang dikenakan oleh pemerintah daerah kepada penduduk yang mendiami wilayah yurisdiksinya, tanpa langsung memperoleh kontraprestasi yang diberikan oleh pemerintah daerah yang memungut pajak daerah yang dibayarkannya. Pajak daerah ini diatur dalam peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah dan disetujui oleh lembaga perwakilan rakyat serta dipungut oleh lembaga yang berada di dalam struktur pemerintah daerah yang bersangkutan. Di dalam penyelenggaraan pajak daerah tidaklah mudah karena pajak dikenakan di masing-masing daerah yang pada dasarnya setiap masing-masing daerah memiliki karakter yang berbeda satu lain. Oleh karena itu pemerintah di dalam mengambil keputusan untuk menentukan pajak daerah maka perlu beberapa pertimbangan. Sidik menulis beberapa prinsip

mengenai pajak daerah. Ada beberapa karakter yang akan mengarahkan pada pajak daerah yang baik. Seperti, pajak daerah harus sesuai dan berkembang sesuai dengan kondisi di wilayah tersebut namun dengan tingkat mobilisasi yang rendah, pajak harus diterima baik di tingkat nasional maupun regional, pajak tidak boleh tumpang tindih atau *double taxation*, ada kebijaksanaan dalam menghindari tarif pajak yang sangat tinggi yang dapat menciptakan distorsi ekonomi, dan pajak daerah tidak boleh merugikan kebijakan ekonomi nasional. Berikut adalah kutipan dari karakteristik untuk pajak daerah yang baik :

1. *The tax must be suitable as a regional government tax – i.e. the tax base must clearly be located within, or arise from within, the regional government area, and relate primarily to economic activity from within the regional government area. That is local government tax bases should have low mobility.*
2. *The tax must be politically acceptable at national and regional levels*
3. *The tax base must not overlap with that of another central or local tax or license fee having the characteristics of a tax (double taxation)*
4. *There is wisdom in avoiding very high tax rate, that can create economic distortion, weaken revenue sources, and generate administrative problems. They can be partially avoided in large cities through the use of more than major source of source revenue ; in most small local governments, they are less successfully avoided without great local ingenuity and good provincial-local government*
5. *The estimated potential yield of the new revenue source should represent a substantial additional contribution to the present total of local revenues; it should also be founded on a buoyant revenue base. This means that the yield of important sources of tax revenues should not be unduly sensitive to cyclical economic fluctuations, and therefore, a hazard to fiscal stability. Subnational government basically have little opportunity for deficit financing (except in capital project financing), and thus, must ordinarily maintain balanced budgets*



6. *The gross costs (i.e. cost before deduction of any staff-related grant) of collecting the revenue must be acceptably small compared to the yield of the revenue*
7. *The tax must not prejudice national economic policies or is not heavily redistributive*
8. *Except as a matter of deliberate (and well-justified) policy, the tax must not seriously change the allocation of economic resources within the regional government area or between regions, nor disrupt intra- or inter-regional trade;*
9. *The tax burden must be affordable, both by the majority of those directly liable to pay it, and by those on whom it would ultimately impact (through its effect on prices of the relevant goods and services)*
10. *The tax must not be regressive (i.e. disproportionate shares of the ultimate impact must not fall on the less well-off), it means that facets of equity must be brought into a sense of balance*
11. *The tax must not unfairly discriminate between particular sections of the community*
12. *Ease of administration is an important test of the suitability of a good local tax. Regional governments must be able to administer the revenue effectively (i.e. to be able to identify all, or at least the vast majority of, liable revenue-payers; to assess each payer's liability readily and accurately; any source of revenue must be susceptible of fair, and to effectively enforce collection of the revenues assessed as payable)*
13. *The tax must not deter taxpayers from taking proper action to comply with environmental conservation needs. (Sidik, 2007, hal 224)*

Karakteristik yang ditulis oleh Sidik menjelaskan beberapa hal yang harus diperhatikan mengenai pajak daerah, seperti, pajak harus cocok sebagai pajak pemerintah daerah, maksudnya basis pajak harus jelas bersumber dari daerah itu sendiri dan berhubungan terutama untuk kegiatan ekonomi dari dalam wilayah daerah itu sendiri. Pajak harus bisa diterima secara politis baik nasional maupun regional. Selain itu, pajak daerah tidak boleh ada kebijaksanaan dalam menghindari tarif pajak yang sangat tinggi, yang dapat menciptakan distorsi

ekonomi, melemahkan sumber pendapatan, dan menghasilkan masalah administratif. Antara pajak nasional dan daerah tidak boleh memiliki karakteristik yang sama karena akan menimbulkan pajak berganda (*double taxation*). Pajak daerah yang baik tidak boleh mengganggu kebijakan ekonomi nasional.

Lutfi (2006) menyatakan kriteria pajak daerah. Kriteria-kriteria pajak daerah untuk menggambarkan kebijakan pajak daerah yang baik. Pajak daerah memerlukan kriteria karena pajak daerah merupakan suatu bentuk kebijakan yang berdampak luas baik dalam regional maupun nasional. Kriteria – kriteria tersebut :

- *That easy to administer locally,*
- *That are imposed solely (or mainly) on local resident,*
- *That do not raise problem of 'harmonization' or 'competition' between sub national government or between sub national and national goverment.*

Pemerintah daerah yang memiliki derajat otonomi tertentu memiliki kewenangan dan kemampuan untuk menarik pajak daerah. Sering kali pajak-pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah daerah terkadang kurang cocok untuk diterapkan sebagai penerimaan daerah. Beberapa ciri pajak daerah (*sub national tax*). Adapun ciri-ciri tersebut adalah :

- *assessed by sub national government,*
- *at rates decided by sub national government, and that*
- *it also collected by sub national government, with of course*
- *its proceeds accruing to sub national government.*

Di dalam pengelolaan pajak daerah merupakan wewenang bagi daerah itu sendiri dalam menganalisis objek pajak lalu menetapkan tarifnya dan memungutnya sendiri. Namun demikian, dalam prakteknya, banyak pajak yang hanya memiliki satu atau dua karakteristik karena “kepemilikan” kewenangan memungut terkadang masih belum jelas. Sebab, ada kalanya, pajak daerah ini dipungut oleh pemerintah pusat, tingkatan pemerintahan yang lebih tinggi, namun hasilnya diberikan atau dibagihasilkan kepada pemerintah daerah sesuai dengan potensi pajak daerah yang dimiliki oleh daerah tersebut.

Prinsip yang diberikan merupakan suatu prasyarat bagi Pajak Daerah. Prasyarat dibuat untuk menghindari dari kreativitas berlebihan dalam pengenaan

pajak. Agar prinsip tersebut berjalan dengan sesuai maka Pajak Daerah setidaknya harus memenuhi persyaratan sebagai berikut: (Samudera, 2005, hal 21)

1. Tidak boleh bertentangan dengan kebijakan pemerintah pusat
2. Sederhana
3. Jenisnya tidak terlalu banyak
4. Lapangan pajaknya tidak melampaui atau mencampuri pajak pusat
5. Berkembang sejalan dengan perkembangan kemakmuran di daerah tersebut
6. Biaya administrasinya rendah
7. Beban pajak relatif seimbang
8. Dasar pengenaan yang sama diterapkan secara nasional

Selain itu, ada cara-cara untuk mengoptimalkan pajak daerah dan retribusi daerah, yaitu :

1. Memperluas basis penerimaan
2. Mengidentifikasi pembayar pajak baru /potensial dan jumlah pembayar pajak, memperbaiki basis data objek, memperbaiki penilaian, menghitung kapasitas penerimaan dari setiap jenis pungutan.
3. Memperkuat proses pemungutan
4. Upaya yang dilakukan dalam memperkuat proses pemungutan, yaitu mempercepat penyusunan Peraturan Daerah, mengubah tarif, khususnya tarif retribusi dan peningkatan SDM.
5. Meningkatkan pengawasan
6. Melakukan pemeriksaan secara dadakan dan berkala, memperbaiki proses pengawasan, menerapkan sanksi terhadap pihak fiskus, serta meningkatkan pembayaran pajak dan pelayanan yang diberikan oleh daerah.
7. Meningkatkan efisiensi administrasi dan menekan biaya pemungutan
8. Memperbaiki prosedur administrasi pajak melalui penyederhanaan administrasi pajak sehingga meningkatkan efisiensi pemungutan dari setiap jenis pemungutan.
9. Meningkatkan kapasitas penerimaan melalui perencanaan yang baik. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait di daerah. (Sidik, 2002, hal 49)

Ter-Minassian (1997, hal 53) menyatakan bahwa pajak daerah yang baik harus diiringi dengan sistem desentralisasi pengeluaran publik yang memadai. Dalam menentukan pajak akan dikenakan di daerah atau di pusat harus memperhitungkan kriteria-kriteria yang sesuai apakah pajak dapat dikenakan di daerah atau dengan pilihan pajak itu harus dikenakan di pemerintah pusat. Ada beberapa kriteria yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan pajak daerah, seperti, apabila di dalam pemungutan pajak mempengaruhi distribusi pendapatan secara umum atau secara luas, maka pajak tersebut harus dipungut oleh pemerintah pusat. Hal ini dimaksudkan agar di dalam pemungutan pajak akan tercipta kestabilan perekonomian di negara bersangkutan.

Pajak daerah harus mempunyai kejelasan. Kejelasan ini dengan maksud harus jelas bagi wajib pajak tentang kewajiban apa saja yang harus dilaksanakan oleh wajib pajak, seperti, apa objeknya, siapa subjek dan wajib pajaknya, bagaimana pemungutannya, dll. Selain itu hal ini juga dapat mendorong tingkat akuntabilitas pemerintah daerah dalam melaksanakan tugasnya. Pajak sebaiknya dikenakan kepada orang yang berada di wilayah dimana pajak itu dikenakan. Hal ini dimaksudkan agar hasil dari pajak tersebut dapat dirasakan oleh orang pembayar pajak melalui pelayanan yang diberikan oleh pemerintah daerah.

Pajak daerah seharusnya dapat menciptakan pendapatan daerah agar tidak terjadi ketidakseimbangan fiskal yang cukup besar secara vertikal dan pajak daerah harus memiliki administrasi yang mudah dijalankan agar dapat tercipta kelancaran. Pajak dan retribusi pada dasarnya dapat dikenakan pada semua level, baik pusat maupun daerah. Namun, pajak daerah dan retribusi lebih baik dikenakan di daerah karena dapat dirasakan secara langsung oleh penduduk setempat.

Dalam pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan pajak daerah harus memiliki objek yang jelas sehingga wajib pajak dapat membedakan mana yang objek pajak daerah dan mana yang bukan objek pajak daerah. Selain itu pajak daerah tidak dikenakan oleh bukan wajib pajak di wilayah mana objek pajak itu berada. Hal ini bermaksud agar mencegah terjadi ketidakadilan karena wajib pajak membayar pajak dan si wajib pajak mendapatkan pelayanan di mana ia membayar pajak. Pajak daerah juga harus mudah di dalam administrasinya. Apabila pajak daerah dan retribusi dikenakan di daerah maka kemampuan seluruh daerah harus

sama-sama saling memadai untuk memungut pajak daerah. Pada prinsipnya pajak daerah dan retribusi dimanfaatkan untuk pembayar pajak lokal atau pembayar pajak atau retribusi itu berada. (Ter-Minassian, 1997, hal 53)

Untuk menentukan pajak daerah atau tidak ada beberapa kriteria atau prinsip yang digunakan untuk menjadi pertimbangan. Ada delapan kriteria untuk mempertimbangkan pajak dikenakan di daerah, yaitu : (Sidik, 2007, hal 212)

1. *Consistent*
2. *Adequate yield*
3. *Stable*
4. *Administratively practical*
5. *Promote efficiency*
6. *Promote accountability*
7. *Comprehensible*
8. *Fair and equitable*

Kriteria ini menjelaskan dalam mengenakan pajak daerah maka harus konsisten atau sesuai dengan tujuannya pajak diserahkan kepada daerah. Hasil dalam memungut pajak harus merupakan hasil yang memadai untuk penyelenggaraan pemerintah daerah dan harus stabil dalam menjaga keuangan daerah dengan maksud apabila objek pajak sedang ada gangguan atau ada masalah dalam pemungutannya tidak akan terlaui mengganggu kestabilan keuangan daerah. Selain itu pajak daerah juga harus mencerminkan keadilan bagi wajib pajak itu berada, pajak harus dikenakan pada objek pajak dengan adil walaupun berbeda wilayah.

Di dalam menentukan objek pajak tidaklah mudah, ada beberapa pertimbangan untuk menentukan apakah objek tersebut layak menjadi objek pajak atau tidak layak menjadi objek pajak. Di dalam bukunya Azhari menyebutkan beberapa kriteria untuk menentukan kriteria objek pajak daerah adalah : (Azhari, 2005, p. 51-52)

- a. Bersifat pajak, dan bukan retribusi;
- b. Obyek pajak terletak atau terdapat di wilayah daerah kabupaten/kota yang bersangkutan dan mempunyai mobilitas cukup rendah serta hanya

- melayani masyarakat di wilayah daerah kabupaten/kota yang bersangkutan;
- c. Obyek dan dasar pengenaan pajak tidak bertentangan dengan kepentingan umum;
  - d. Potensinya memadai. Hasil penerimaan pajak harus lebih besar dari biaya pemungutan;
  - e. Tidak memberikan dampak ekonomi yang negatif. Pajak tidak mengganggu alokasi sumber-sumber ekonomi dan tidak merintangai arus sumber daya ekonomi antar daerah maupun kegiatan ekspor-impor;
  - f. Memperhatikan aspek keadilan dan kemampuan masyarakat; dan
  - g. Menjaga kelestarian lingkungan, yang berarti bahwa pengenaan pajak tidak memberikan peluang kepada pemda atau Pemerintah atau masyarakat luas untuk merusak lingkungan

### **2.2.2 Pajak Reklame**

Pajak Reklame dikenakan atas penyelenggaraan reklame. Reklame merupakan benda, alat perbuan, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk mencari perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengarkan dari suatu tempat umum kecuali yang perlukan oleh pemerintah.

Sedangkan objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. (Kurniawan & Purwanto 2004, hal 73). Pajak reklame merupakan pajak kabupaten / kota yang merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah yang digunakan untuk membiayai seluruh penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah. Pada pajak reklame, azas pemungutan pajak reklame menitikberatkan pada pengaturan kebersihan, keindahan dan ketertiban kota. (Samudra, 2005)

Berbagai penulis telah berusaha untuk menyatakan fungsi apa yang dipenuhi oleh reklame dalam kehidupan masyarakat. Tetapi hakekat reklame adalah demikian kompleks, dan bidang yang dipengaruhinya adalah demikian luas dan jumlah-

jumlah aktivitas yang dicakupnya adalah demikian banyak, hingga sampai sekarang belum dicapai orang definisi yang memuaskan secara 100%. Ada beberapa pengertian menurut beberapa ahli. Reklame merupakan sesuatu kekuatan menarik yang ditujukan kepada kelompok pembeli tertentu, hal mana dilaksanakan oleh produsen atau pedagang agar supaya dengan demikian dapat dipengaruhi penjualan barang-barang atau jasa-jasa dengan cara yang menguntungkan baginya. Definisi ini berasal dari Baarle dan Hollander dalam buku mereka yang berjudul “Reclamekunde” (Leiden, 1946). Berkhouwer mengemukakan pendapat berikut mengenai reklame, setiap pernyataan yang secara sadar ditujukan kepada publik dalam bentuk apapun juga yang dilakukan oleh seorang peserta lalu lintas perniagaan yang diarahkan kearah sasaran memperbesar penjualan barang-barang atau jasa-jasa yang dimasukkan, oleh pihak yang berkepentingan dalam lalu lintas perniagaan.

Reklame mempunyai fungsi, yaitu aktivitas total yang menyebabkan dicapainya barang-barang dan jasa-jasa oleh para konsumen dari para produsen dapat dinyatakan sebagai distribusi maka reklame merupakan bagian daripadanya. Hal tersebut perlu ditekankan oleh karena kalangan tertentu mengaitkan misi kultural dengan istilah reklame. Memang perlu diakui bahwa ada segi kultural pada segala sesuatu yang mempunyai bentuk dan bertujuan untuk dijangkau oleh telinga dan mata manusia. Selain itu, menurut Mataja, tugas reklame berkaitan dengan bidang perniagaan yaitu penjualan. (Winardi, 1980, hal 1)

Ada beberapa pengertian tentang reklame, salah satunya yang diungkapkan oleh Wright (2000, p. 4), yaitu :

*“Advertising is making it publicly known that an individual or an organisation has benefits, usually products and services, it wishes to offer to an identified target audience in return for some other benefit, usually money.”*

Artinya, iklan dapat membuat produk dan jasa dikenal secara umum baik oleh individu maupun organisasi. Dengan terkenalnya produk atau jasa maka diharapkan akan mendapatkan sejumlah manfaat, biasanya berupa uang.

### 2.2.3 Administrasi Pajak

Menurut pendapat Nowak administrasi perpajakan merupakan kunci keberhasilan pelaksanaan kebijaksanaan perpajakan. Tugas administrasi perpajakan tidak membuat kebijaksanaan atau ketentuan undang-undang, tidak memutuskan siapa-siapa yang dikecualikan dari pungutan pajak, juga tidak menentukan objek-objek pajak baru. Sebagai penyelenggara pemungutan pajak berdasarkan undang-undang perpajakan, administrasi perpajakan perlu disusun sebaik-baiknya, sehingga mampu menjadi instrumen yang bekerja secara efisien dan efektif. Sebab jika tidak efisien dan efektif, maka sasaran dari sistem perpajakan tidak dapat dicapai. Dasar-dasar bagi terselenggaranya administrasi perpajakan yang baik meliputi:

- Kejelasan dan kesederhaan dari ketentuan undang-undang yang memudahkan bagi administrasi dan memberi kejelasan bagi Wajib Pajak.
- Kesederhanaan akan mengurangi penyelundupan pajak. Kederhanaan dimaksud baik dalam perumusan yuridis, yang memberikan kemudahan untuk dipahami : maupun kesederhanaan untuk dilaksanakan oleh aparat dan untu dipatuhi memenuhi kewajiban pajaknya oleh Wajib Pajak.
- Reformasi dalam bidang perpajakan yang realistis harus mempertimbangkan kemudahan tercapainya effisiensi dan efektifitas administrasi perpajakan, semenjak dirumuskannya kebijaksanaan perpajakan.
- Administrasi perpajakan yang effisien dan efektif perlu disusun dengan memperhatikan penataan pengumpulan, pengolahan dan pemanfaatan informasi tentang subjek pajak dan objek pajak.

Administrasi perpajakan wajib mengacu kepada hukum pajak positif. Hukum pajak positif adalah hukum pajak yang sedang berlaku. Apabila membahas ketentuan dari hukum pajak, kita sebaiknya bukan hanya memahami bunyi ketentuannya dan interpretasi dari ketentuan tersebut melainkan harus juga dipahami :

- Pertimbangan-pertimbangan yang dipakai dalam menentukan *policy option* yang dianut oleh ketentuan tertentu itu, dan
- Rumusan yuridis yang sekarang berlaku, dan



- Penyelenggaraan administrasi pajak untuk melaksanakan ketentuan undang-undang yang berlaku tersebut (Mansury, 1996, hal 23)

Penyempurnaan administrasi pendapatan daerah menyangkut melakukan reformasi pengaturan pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah. Hal ini ditujukan agar para wajib pajak daerah dan wajib retribusi daerah dapat secara optimal memenuhi kewajibannya dengan membayar pajak daerah dan retribusi daerah sebagaimana mestinya. Serangkaian cara dapat dilakukan untuk mewujudkan hal ini, seperti: melakukan perbaikan metode identifikasi, mekanisme registrasi, dan pemungutan; mengembangkan sistem valuasi; merencanakan dengan lebih baik sistem pengawasan, pemungutan, dan pelaporan keuangannya.

Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas pengadministrasian pajak daerah dan retribusi daerah, pengadministrasian pendapatan ini diharapkan dapat memastikan setiap orang harus membayar pajak dan retribusi sesuai dengan jumlahnya serta seluruh pendapatan yang diperoleh diadministrasikan dengan baik oleh lembaga di lingkungan pemerintah daerah yang ditugaskan sebagaimana mestinya. Untuk merealisasikannya, langkah yang harus ditempuh adalah :

1. Melakukan identifikasi yang akurat atas siapa yang harus menanggung atau membayar.
2. Melakukan penghitungan yang tepat.
3. Melakukan pemungutan sesuai dengan perhitungan yang dilakukan.
4. Melakukan pengawasan dan pemberian sanksi yang tepat bagi wajib pajak dan retribusi yang melanggar ketentuan.
5. Melakukan pengawasan terhadap pegawai yang terkait untuk memastikan agar pajak dan retribusi diadministrasikan dengan baik. (Achmad Lutfi, 2006)

#### **2.2.4 Fungsi Pajak**

Pajak merupakan iuran yang dipungut oleh pemerintah yang mempunyai fungsi di dalam pemungutannya. Pajak dipungut sesuai fungsi apa yang akan dicapai oleh pemerintah. Dengan memungut pajak maka pemerintah dapat

menciptakan kesejahteraan dan kemakmuran bagi rakyatnya. Secara garis besar pajak mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi budgetair dan regulerend.

Fungsi Budgeteir disebut fungsi utama pajak, atau fungsi fiskal (*fiscal function*) yaitu suatu fungsi dalam mana pajak dipergunakan sebagai alat untuk memasukkan dana secara optimal ke kas negara berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku. Fungsi ini disebut fungsi utama karena fungsi inilah yang secara historis pertama kali timbul. Berdasarkan fungsi ini maka pemerintah memungut pajak dari penduduknya untuk mendapatkan dana untuk membiayai kepentingan negara.

Fungsi budgtair disebut sebagai fungsi untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya ke dalam kas negara. Adapun yang dimaksud dengan memasukkan dana secara optimal ke kas negara berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku adalah :

1. Jangan sampai ada wajib pajak/ subjek pajak yang tidak memenuhi sepenuhnya kewajiban perpajakannya.
2. Jangan sampai ada objek pajak yang tidak dilaporkan oleh wajib pajak kepada fiskus.
3. Jangan sampai ada objek pajak yang terlepas dari pengamatan atas perhitungan fiskus.

Dengan demikian maka optimalisasi pemasukkan dana ke kas negara tidak hanya tergantung kepada fiskus saja atau kepada wajib pajak saja akan tetapi kepada kedua-duanya berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku. (Nurmantu, 2005, hal. 30)

Pajak mempunyai tujuan untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya dalam kas negara, dengan maksud untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara. Dikatakan bahwa pajak dalam hal demikian mempunyai fungsi budgeteir. Tetapi pajak di samping fungsinya budgeteir, masih mempunyai fungsi mengatur (*regulerend*). Pajak di sini bukan semata-mata untuk memasukkan uang sebanyak-banyaknya dalam kas negara, melainkan juga dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. (Rochmat, 1992, Hal 2).

Pajak yang dipungut untuk mengoreksi efek eksternalitas negatif disebut dengan pajak Pivogian sesuai dengan nama penggagasan pertamanya, Pigou

(1877-1959). Dalam mengatasi eksternalitas negatif para ekonom umumnya lebih menganjurkan instrumen pemungutan pajak karena dianggap lebih efisien untuk mengurangi polusi dibandingkan jika pemerintah hanya membuat regulasi mengenai polusi. Dalam hal ini pajak mengatur untuk mengendalikan efek eksternalitas negatif. Contoh, penggalian pasir dan penebangan hutan apabila dilakukan melebihi batas kewajaran, maka akan menyebabkan cost yang sangat besar yang tidak sebanding dengan manfaat yang didapatkan, misalnya erosi sungai banjir dan masih banyak lagi. Jika terjadi kebakaran hutan atau banjir yang disebabkan pembalakan liar, pemerintah juga harus menanggung eksternalitas negatif tersebut. Sekali lagi negara yang harus berfungsi sebagai regulator agar tidak terjadi eksploitasi yang berlebihan. Dalam penyelenggaraan reklame pajak juga berperan dalam mengendalikan efek eksternalitas negatif karena penyelenggaraan reklame dapat menimbulkan keindahan kota terganggu dan keamanan reklame itu sendiri. (Rosdiana, 2012. hal 44)

Di dalam Literatur Ilmu Administrasi Keuangan Negara, teori-teori yang memberikan dasar pembenaran atau landasan filosofis daripada wewenang negara untuk memungut pajak dengan cara yang dapat dipaksakan. Teori-teori terdiri dari teori asuransi, teori kepentingan, teori pengorbanan, teori gaya beli, teori gaya pikul. Salah satu di antara teori ini ada teori gaya beli. Teori ini berlaku sepanjang masa baik dalam ekonomi liberal, bahkan juga dalam masyarakat sosialis, meskipun tidak luput dari variasi-variasi dalam coraknya. Teori ini tidak mempersoalkan asal mula negara memungut pajak, melainkan hanya melihat kepada “efek” yang baik sebagai dasar keadilannya. Menurut teori ini, maka penyelenggaraan kepentingan masyarakat itulah yang dapat dianggap sebagai dasar keadilan pemungutan pajak dan bukan kepentingan individu, maupun bukan kepentingan negara, melainkan kepentingan masyarakat yang meliputi keduanya. Dengan demikian teori ini menitikberatkan kepada fraksi kedua dari fraksi pajak, yaitu mengatur (*regulerend*). (Bohari, 2008, hal 38)

Fungsi *regulerend* atau fungsi mengatur disebut juga fungsi tambahan yaitu suatu fungsi dalam mana pajak dipergunakan oleh pemerintah sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. Disebut sebagai fungsi tambahan karena fungsi ini

hanya sebagai pelengkap dari fungsi utama pajak, yaitu fungsi budgetair. Untuk mencapai tujuan tersebut maka pajak dipakai sebagai alat kebijaksanaan.

Fungsi pajak *regulerend* disebut juga fungsi mengatur, sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan, misalnya bidang ekonomi, politik, budaya, pertahanan keamanan, seperti :

- a. Mengadakan perubahan-perubahan tarif dan
- b. Memberikan pengecualian-kecualian, keringanan-keringanan atau sebaliknya, yang ditujukan masalah tertentu. (Marsyahrul, 2006, hal 3)

Telah diketahui oleh umum, bahwa fungsi pajak bukan hanya budgeter saja, yaitu untuk memasukkan uang sebanyak-sebanyaknya ke dalam kas negara, melainkan masih ada yang lain, yaitu mengatur atau nonbudgeter/nonfiskal. Di antara para sarjana yang dinamakan kolot, ada beberapa orang yang berpendapat, bahwa pajak haruslah ditujukan kepada usaha untuk semata-mata dapat menutup biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh pemerintah untuk menunaikan tugasnya. Maka dari itu, menurut pendapat mereka, pengenaan pajak dipandang dari sudut ekonomi harus diatur senetral-netralnya dan sesekali-kali tidak boleh dibelokkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang menyimpang daripadanya. Sebaliknya banyak jumlahnya sarjana yang menentang keras teori yang dilancarkan oleh rekan-rekannya di atas itu. Di samping usaha untuk memasukkan uang untuk kegunaan kas negara, pajak harus dimaksudkan pula sebagai usaha pemerintah untuk turut campur tangan dalam hal mengatur, dan bilamana perlu, mengubah susunan pendapatan dan kekayaan dalam sektor swasta.

Pendapat tentang fungsi *regulerend* makin mendapat sambutan yang hangat, dan lambat laun maksud tambahan ini semakin meluas, bahkan dapatlah kini dikatakan, bahwa di negara modern, maksud-maksud sedemikian ini justru menjadi tujuan pokok dari sistem pajak. Sekurang-kurangnya dapatlah kini dikatakan, bahwa suatu sistem pemungutan pajak yang sewajarnya harus tidak bertentangan dengan kebijaksanaan negara dalam lapangan ekonomi dan sosial. Dengan demikian dapatlah disimpulkan, bahwa tujuan tambahan dimaksudkan untuk mencapai sesuatu yang dicita-citakan oleh suatu pemerintah terhadap keadaan dalam negaranya. Hal ini merupakan tujuan yang positif. Sebaliknya, untuk mencapai tujuan yang negatif, maka sering kali tercapainya maksud ini

dusahakan oleh pembuat undang-undang dengan cara mengadakan peraturan-peraturan pajak yang memberatkan orang-orang yang menyebabkan timbulnya sesuatu yang justru hendak diberantas oleh pemerintah. Sebagai contoh dapatlah dikemukakan, bahwa penarikan cukai tembakau bukan saja semata-mata bermaksud menambah pendapatan kas negara, melainkan juga mengurangi jumlah pengisap rokok yang menurut ilmu kesehatan mungkin dapat mendatangkan penyakit kanker pada para pengisap yang tidak dapat membatasi diri.

Di dalam pajak reklame maka fungsi regulereud difokuskan kepada keindahan kota, ketertiban dan keamanan dari reklame itu sendiri. Dengan adanya pajak reklame maka diharapkan penyelenggaraan reklame tidak merusak keindahan kota dengan berdirinya reklame di mana-mana dan dapat dikendalikan untuk keamanan dari reklame itu sendiri. Dengan adanya pajak reklame juga dapat menciptakan ketertiban dalam penyelenggaraan reklame bagi wajib pajak maupun aparat pemerintah.

(Brotodihardjo, 1995 hal 204)

### **2.2.5 Pengawasan**

Pengawasan adalah sesuatu yang bersifat kodrati. Pengawasan diperlukan dalam kehidupan manusia dan dalam kehidupan organisasi. Dalam kehidupan manusia, apabila tidak awas dan tidak waspada akan timbul kecelakaan. Ibarat seorang pengemudi yang mengemudikan kendaraan di jalan raya, apabila tidak awas dan tidak waspada, tidak tahu ada lubang di jalan maka akan jatuh terperosok. Demikian juga dalam kehidupan organisasi mungkin ada lubang-lubang yang menghadang dan untuk itu perlu dihadapi pula dengan sikap awas dan waspada. Pengawasan diperlukan bukan karena kurang kepercayaan dan bukan pula ditunjukan untuk mencari-cari kesalahan atau mencari kesalahan atau mencari siapa yang salah. Tetapi untuk memahami apa yang salah demi perbaikan di masa datang. Jika pengawasan seperti itu terlaksana, maka semua perencanaan dan peraturan akan berjalan dengan baik, dalam artian tidak ada gangguan dan rongrongan terhadap pelaksanaannya. Hal ini akan menciptakan suasana tenang, aman, dan berkeadilan (Saleh, 1988, hal 2).

Peningkatan fungsi pengawasan melekat di lingkungan aparat pemerintah bertolak dari motivasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelaksanaan tugas-tugas umum pemerintahan dan pembangunan, dengan cara sedini mungkin mencegah terjadinya kekurangan dan kesalahan dalam merencanakan dan melaksanakan tugas-tugas di lingkungan organisasi/unit kerja masing-masing. (Nawawi, 1992, hal 7). Pengawasan adalah segenap kegiatan untuk meyakinkan dan menjamin, bahwa pekerjaan-pekerjaan dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, kebijaksanaan-kebijaksanaan yang telah digariskan dan perintah-perintah yang telah diberikan dalam rangka pelaksanaan rencana tersebut.

Di dalam kehidupan sehari-hari bahwa istilah pengawasan mengandung pengertian luas, yakni tidak hanya sifat melihat sesuatu dengan seksama dan melaporkan hasil kegiatan mengawasi tetapi juga mengandung pengendalian dalam arti menggerakkan, memperbaiki, dan meluruskannya sehingga mencapai tujuan yang sesuai dengan apa yang direncanakan. Ada beberapa ahli bidang manajemen yang menyatakan arti mengenai pengawasan. Berikut adalah beberapa pengertian mengenai pengawasan. Sarwoto memberikan definisi tentang pengawasan sebagai berikut : “pengawasan adalah kegiatan manajer yang mengusahakan agar pekerjaan-pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan dan atau hasil yang dikehendaki.”

Dalam definisi Sarwoto ini dinyatakan secara eksplisit subjek yang melaksanakan pengawasan atau memiliki fungsi pengawasan, yaitu manajer sebagai standar atau tolak ukur adalah “rencana yang diterapkan dan atau hasil yang dikehendaki”. Dalam definisi tersebut secara implisit dapat terlihat tujuan dari pengawasan yaitu “mengusahakan agar pekerjaan-pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana”. Pengertian pengawasan menurut Sarwoto ini dapat disimpulkan definisi tersebut mengandung unsur mengarahkan atau mengendalikan.

Definisi pengawasan lain, dikemukakan oleh Soekarno K, yaitu :

“Pengawasan adalah suatu proses yang menentukan tentang apa yang harus dikerjakan, agar apa yang harus dikerjakan, agar apa yang diselenggarakan sejalan dengan rencana.”

Dalam definisi pengawasan dari Sarwoto yang menekankan kepada kegiatan manajer yang mengusahakan agar pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana. Sedangkan definisi pengawasan dari Soekarno K yang menekankan pengawasan

sebagai proses yang menentukan tentang apa yang harus dikerjakan. Hal ini tidak banyak berbeda. Selanjutnya Manullang memberikan suatu definisi pengawasan, yakni, “Suatu proses untuk menetapkan pekerjaan apa yang sudah dilaksanakan, menilainya dan mengoreksi bila perlu dengan maksud supaya pelaksanaan pekerjaann sesuai dengan rencana semula.”

Di samping definisi dari Sarjana-sarjana Indonesia tersebut, diutarakan pula definisi pengawasan dari Sarjana Barat, yakni : Newman mengatakan “Sesuai dengan rencana.” Sedangkan George R.Terry mengatakan bahwa pengawasan adalah “untuk menentukan apa yang telah dicapai, mengadakan evaluasi atasnya, dan untuk menjamin agar hasilnya sesuai dengan rencana.” Kemudian Henry Fayol mengatakan bahwa “Definisi pengawasan yakni pengawasan terdiri dari pengujian apakah segala sesuatu berlangsung sesuai dengan rencana yang telah ditentukan dengan instruksi yang telah digariskan.” Pengawasan bertujuan untuk menunjukkan (menentukan) kelemahan-kelemahan dan kesalahan-kesalahan dengan maksud untuk memperbaikinya dan mencegahnya terulangnya kembali.

Dari definisi Siagan, Sarwoto dan Soekarno, dapatlah disimpulkan bahwa dalam definisi itu terlihat adanya dua bagian, yaitu, bagian pertama berupa inti atau wujud perbuatan dalam pengawasan, sedangkan bagian kedua yang menggambarkan tujuan yang hendak dicapai oleh pengawasan. Mengingat beragamnya definisi dari beberapa ahli maka tentang maka dapat disimpulkan bahwa pengawasan adalah setiap usaha dan tindakan dalam rangka untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan tugas yang dilaksanakan menurut ketentuan dan sasaran yang hendak dicapai.

Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa pada prinsipnya pengawasan itu sangat penting dalam melaksanakan pekerjaan dan tugas pemerintahan, sehingga menurut beberapa ahli pengawasan diadakan dengan maksud untuk :

1. Mengetahui jalannya pekerjaan, apakah lancar atau tidak ;
2. Memperbaiki kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh pegawai dan mengadakan pencagahan agar tidak terulang kembali kesalahan-kesalahan yang sama atau timbulnya kesalahan baru ;

3. Mengetahui apakah penggunaan baidget yang telah ditetapkan dalam rencana terarah kepada sasarannya dan sesuai dengan yang telah direncanakan ;
4. Mengetahui pelaksanaan kerja sesuai dengan program (fase tingkat pelaksanaan) seperti yang telah ditentukan dalam planning atau tidak ;
5. Mengetahui hasil pekerjaan dibandingkan dengan yang telah ditetapkan dalam planning, yaitu standard.

Kemudian mengenai maksud pengawasan ini dikatakan oleh Arifin Abdul Rachman adalah :

1. Untuk mengetahui apakah segala sesuatu berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan ;
2. Untuk mengetahui apakah segala sesuatu telah berjalan sesuai dengan instruksi serta prinsip-prinsip yang telah ditetapkan ;
3. Untuk mengetahui apakah kelamahan-kelamahan serta kesulitan-kesulitan dan kegalan-kegagalannya, sehingga dapat diadakan perubahan-perubahan untuk memperbaiki serta mencegah pengulangan kegiatan-kegiatan yang salah ;
4. Untuk mengetahui apakah segala sesuatu berjalan efisien dan apakah tidak diadakan perbaikan-perbaikan lebih lanjut, sehingga mendapat efisiensi yang lebih benar.

Selanjutnya pengawasan itu secara langsung juga bertujuan untuk :

1. Menjamin ketetapan pelaksanaan sesuai dengan rencana, kebijaksanaan dan perintah ;
2. Menertibkan koordinasi kegiatan-kegiatan ;
3. Mencegah pemborosan dan penyelenggaraan ;
4. Menjamin terwujudnya kepuasan masyarakat luas barang atau jasa yang dihasilkan;
5. Membina kepercayaan masyarakat terhadap kepemimpinan organisasi.

Dalam hal pengawasan terdapat beberapa macam atau jenis, salah satunya pengawasan langsung dan tidak langsung, yakni :

1. Pengawasan Langsung



Pengawasan langsung adalah pengawasan yang dilakukan secara pribadi oleh pimpinan atau pengawas dengan mengamati, meneliti memeriksa, mengecek sendiri secara “on the spot” di tempat pekerjaan, dan menerima laporan-laporan secara langsung pula dari pelaksana. Hal ini dilakukan dengan inspeksi.

## 2. Pengawasan Tidak Langsung

Pengawasan tidak langsung diadakan dengan mempelajari laporan-laporan yang diterima dari pelaksana baik lisan maupun tertulis, mempelajari pendapat-pendapat masyarakat dan sebagainya tanpa pengawasab “on the post”. (Situmorang dan Juhir, 1998, hal 19)

Pengawasan adalah kegiatan manajer yang mengusahakan agar pekerjaan—pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan dan atau hasil yang dikehendaki. Rencana yang betapun baiknya akan gagal sama sekali bilamana manajer tidak melakukan pengawasan. Untuk dapat manajer mengusahakan agar pekerjaan-pekerjaan sesuai dengan rencana atau maksud yang telah ditetapkan maka manajer harus melakukan kegiatan-kegiatan pemeriksaan, pengecekan, pencocokan, inspeksi, pengendalian dan pelbagai tindakan yang sejenis dengan itu, bahkan bilamana perlu mengatur dan mencegah sebelumnya terhadap kemungkinan-kemungkinan adanya yang mungkin terjadi. Apabila kemudian ternyata ada penyimpangan, penyelewengan atau ketidakcocokan manajer dihadapkan kepada keharusan menempuh langkah-langkah perbaikan atau penyempurnaan.

Henri Fayol dalam bukunya *General Industrial Management* mengemukakan tentang pengawasan :

“Dalam setiap usaha, pengawasan terdiri atas tindakan meneliti apakah segala sesuatu tercapai atau berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan berdasarkan instruksi-instruksi yang telah dikeluarkan, prinsip-prinsip yang telah ditetapkan. Pengawasan bertujuan menunjukkan atau menemukan kelemahan-kelemahan agar dapat diperbaiki dan mencegah berulangnya kelemahan-kelemahan itu. Pengawasan beroperasi terhadap segala hal, baik terhadap benda, manusia, perbuatan maupun hal-hal lainnya”

Ciri-ciri pengawasan yang baik :

- Pengawasan harus bersifat “*fact finding*”, artinya harus menemukan fakta-fakta tentang bagaimana tugas-tugas dijalankan dalam organisasi
- Pengawasan harus bersifat preventif, artinya harus dapat mencegah timbulnya penyimpangan-penyimpangan dan penyelewengan-penyelewengan dari rencana semula
- Pengawasan diarahkan kepada masa sekarang
- Pengawasan hanya sekedar alat untuk meningkatkan efisiensi dan tidak boleh dipandang sebagai tujuan

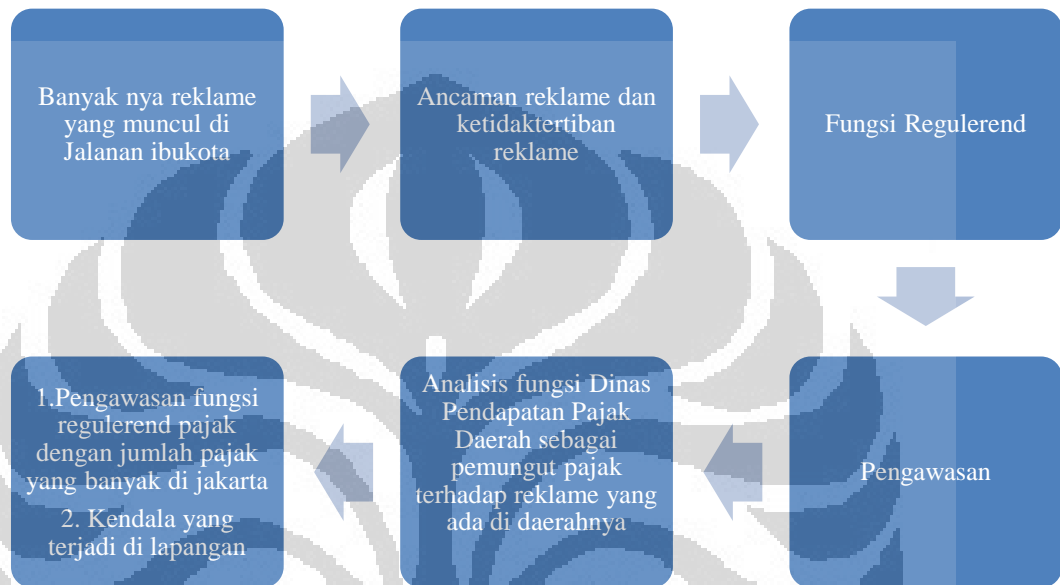
Karena pengawasan hanya sekedar alat administrasi, pelaksanaan pengawasan harus mempermudah tercapainya tujuan. Pengawasan tidak dimaksudkan untuk terutama menemukan siapa yang salah jika ada ketidakberesan, akan tetapi untuk menemukan apa yang tidak betul. Pengawasan bersifat harus membimbing agar supaya para pelaksana meningkatkan kemampuannya untuk melaksanakan tugas yang telah ditentukan baginya (Sarwoto, 1994. Hal 94)

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Jakarta merupakan Ibu Kota Indonesia yang memunyai posisi strategis di dalam dunia perdagangan. Banyak masyarakat yang bekerja di Jakarta dan menghabiskan waktunya di jalan raya. Jakarta memiliki aktifitas yang tinggi di jalan raya dari pagi hingga malam hari. Hal ini dimanfaatkan oleh pihak produsen-produsen untuk menggunakan jasa reklame untuk memperkanalkan produk-produk mereka baik barang maupun jasa. Meningkatnya jumlah reklame hari demi hari di setiap sudut DKI Jakarta maka akan sebanding lurus dengan kualitas dari efek negatif yang ditimbulkan, seperti, tergangunya keindahan kota, ancaman robohnya reklame, ketidak tertiban reklame. Cepatnya perkembangan reklame di Jakarta tidak diimbangi dengan penataan, pengawasan dan pengendalian sehingga terkesan asal pasang dan tumpang tindih sehingga mengganggu estetika kota serta membahayakan pengguna jalan.

Penyelenggaraan reklame merupakan penyelenggaraan yang dikenakan pajak dan retribusi. Pengenaan ini tidak hanya untuk berfungsi sebagai alat penerimaan pemerintah daerah namun juga untuk pengendalian terhadap penyelenggaraan reklame. Pengendalian berupa menjaga keindahan kota dengan menjaga keamanan dari reklame itu sendiri. Namun disayangkan pada bulan Januari terjadi

peristiwa robohnya reklame yang merugikan baik materil maupun non materil. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame khususnya terhadap fungsi regulerend dari penyelenggaraan reklame itu sendiri.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

Sumber : Diolah oleh Peneliti

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena dalam penelitian ini merupakan gambaran dari perilaku dari orang-orang yang bisa diamati. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif dilakukan di mana peneliti ingin menggambarkan bagaimana proses pengawasan terhadap fungsi regulasi pajak reklame. Peneliti ingin menggambarkan uraian tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu instansi-instansi yang terkait dengan reklame dalam suatu konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. (Basrowi & Suwandi, 2008.)

#### **3.2 Jenis Penelitian**

##### **3.2.1 Berdasarkan Tujuan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Pengertian penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan-lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu

fenomena. Metode deskriptif juga ingin mempelajari norma-norma atau standar-standar, sehingga penelitian deskriptif ini juga disebut juga survei normatif. Dalam metode deskriptif dapat diteliti masalah normatif bersama-sama dengan masalah status dan sekaligus membuat perbandingan-perbandingan antarfenomena. Perspektif waktu yang dijangkau dalam penelitian deskriptif adalah waktu sekarang, atau sekurang-kurangnya jangka waktu yang masih terjangkau dalam ingatan responden. (Nazir, 2003)

Di dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada penulisan laporan demikian, peneliti menganalisis data yang sangat kaya dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya. Hal itu, hendaknya dilakukan seperti orang merajut sehingga setiap bagian ditelaah satu demi satu.

### **3.2.2 Berdasarkan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan manfaatnya, penelitian ini merupakan penelitian murni. Hal ini karena penelitian ini berhubungan dengan ilmu dan filosofis. Selain itu, penelitian ini juga membebaskan si peneliti dengan tidak adanya intervensi dari pihak luar peneliti. Penelitian ini tidak dibayang-bayangi oleh pertimbangan penggunaan dari penemuan tersebut untuk masyarakat.

Penelitian ini tidak dibayang-bayangi oleh pertimbangan penggunaan dari penemuan tersebut untuk masyarakat. Perhatian utama adalah kesinambungan dan integritas dari ilmu dan filosofi. Penelitian murni bisa diarahkan ke mana saja, tanpa memikirkan ada tidaknya hubungan dengan kejadian-kejadian yang diperlukan masyarakat. Proses pemikiran bisa menjawab ke mana saja, tanpa memikirkan sudut apa dan arah mana yang akan dituju. (Nazir, 2003)

### **3.2.3 Berdasarkan Dimensi Waktu**

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini termasuk ke dalam cross sectional research. Menurut (Neuman, 2000:31) Penelitian *cross sectional* adalah : “*in cross sectional research, researcher observe at one time.*” Sesuai dengan

pengertian yang di sebutkan Neuman, maka peneliti termasuk penelitian cross sectional karena peneliti melakukan penelitian dalam waktu tertentu, yaitu selama kurang dari enam bulan. *Cross sectional survey* adalah metode pengumpulan data dimana informasi yang dikumpulkan hanya pada suatu saat tertentu. Di dalam penelitiannya, peneliti hanya meneliti tentang pengawasan reklame dalam kurun waktu tertentu. (Kountur, 2005)

### 3.3 Metode dan Strategi Penelitian

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif. Menurut Neuman (2000:146) data kualitatif adalah data yang bersifat empiris, data tersebut dapat berupa dokumentasi dari kejadian-kejadian nyata, rekaman dari pembicaraan orang-orang baik kata-kata yang digunakan, mimik, serta intonasi, mengamati perilaku yang spesifik, dan kesan-kesan visual.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu :

#### a. Studi kepustakaan (*Library Research*)

Dalam penelitian ini studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari buku-buku, majalah, tulisan ilmiah dan hasil penelitian, berbagai jensi peraturan dan berbagai dokumen lain, baik yang diperoleh melalui penelusuran di internet maupun pencarian di perpustakaan dan tempat lainnya. Studi kepustakaan dilakukan agar dapat membantu pengumpulan data untuk mendapatkan kerangka pemikiran dalam penentuan arah dan tujuan penelitian serta untuk memilih konsep yang sesuai dengan konteks permasalahan penelitian.

#### b. Studi Lapangan (*field Research*)

Studi lapangan yang dilakukan peneliti adalah dengan cara wawancara dengan para informan kunci yang telah dipilih yang dianggap berkompeten dalam permasalahan yang akan dikaji dengan menggunakan pedoman wawancara. Wawancara sendiri dapat diartikan sebagai suatu cara yang digunakan untuk mendapat informasi maupun pendirian secara lisan dan langsung dari sumbernya.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Menurut Basrowi (2008) analisis data merupakan usaha memilih, memilah, membuang, dan menggolongkan data untuk menjawab dua

permasalahan pokok. Sebagai contoh seperti, tema apa yang dapat ditemukan pada data-data ini dan seberapa jauh data-data ini dapat menyokong tema tersebut.

Dalam penelitian pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame ini, peneliti memulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Seperti berita di lapangan, informasi dari instansi terkait, dan dari pihak akademisi. Data yang diperoleh dari pihak Dinas Pelayan Pajak, Dinas Tata Ruang, Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan, data dari berita baik televisi atau berita media online. Selain itu, peneliti melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait dengan fungsi regulerend terhadap penyelenggaraan reklame. Data yang beraneka ragam dibaca, dipelajari, ditelaah dan direduksi dengan jalan membuat rangkuman inti. Setelah melakukan abstraksi data disusun sesuai tema-tema. Kemudian dilanjutkan penafsiran sebagai hasil temuan. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan deskripsi sehingga proporsi analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, lebih banyak menggunakan kata-kata. Selain itu, data berbentuk angka juga digunakan dalam analisis ini sebagai ilustrasi dan memudahkan analisis kualitatif.

Konsep analisis data kualitatif, merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah data menjadi satuan yang dapat dikelola, mengadakan sintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, membuat keputusan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Proses analisis data kualitatif sebagai berikut :

- a. Mencatat peristiwa yang ada di lapangan berupa catatan lapangan, kemudian diberi kode sehingga sumber data dapat ditelusuri
- b. Mengumpulkan, memilah-milah, melakukan klasifikasi, mensintesis, membuat ikhtisar, dan memberi indeks
- c. Berpikir untuk memperjelas kategori data sehingga data yang ada bermakna dengan mencari dan menemukan pola serta hubungan-hubungan dan membuat temuan-temuan umum. (Basrowi, 2008, hal 192)

### 3.5 Informan

Dalam menentukan informan peneliti mengacu atas teori yang dikemukakan oleh Neuman. Neuman menentukan pilihan atas informan (Neuman, 2000:394) mengajukan beberapa kriteria yang harus dipenuhi yaitu :

- *The informan is totally familiar with the culture*
- *The individual is currently involved in the field*
- *The person can spend time with the researcher*
- *Nonanalytic individuals*

Di dalam menentukan informan yang tepat sangat dibutuhkan karena untuk mengukur seberapa akurat di dalam mendapatkan informasi, di dalam penelitian ini ada beberapa informan yang dipilih, yaitu :

1. Dinas Pelayanan Pajak Daerah. Pada penelitian ini memilih, Suku Dinas dan Unit Pelayanan Pajak Daerah (UPPD) dengan tujuan untuk menggambarkan bagaimana mekanisme pengendalian, pengawasan, penertiban reklame agar tercipta keindahan estetika kota, ketertiban, dan keamanan dalam penyelenggaraan reklame. Pada penelitian ini peneliti mewawancarai informan yang berkompeten, diantaranya :
  - Bapak Alfiansah, Kepala Bidang Pengendalian Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta
  - Bapak Richard, Kepala Seksi Pemeriksaan Suku Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta
  - Bapak Edi Sumantri, Kepala UPPD Kebayoran Baru
  - Bapak Selkian, Kepala Seksi Pemeriksaan UPPD Kebayoran Lama
2. Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan. Intansi ini ingin diketahui bagaimana mekanisme izin penyelenggaraan reklame dan pengawasannya dilapangan. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait. Informan yang diwawancarai, yaitu Ibu Aulia, Kepala Seksi Pengawasan Bangunan Suku Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan DKI Jakarta.
3. Dinas Tata Ruang. Dengan mewawancarai intansi ini dengan tujuan agar mengetahui bagaimana peran dari dinas ini dalam pemberian izin atas tata letak reklame di DKI Jakarta dan pengawasan terhadap reklame yang ada



di DKI Jakarta. Informan yang diwawancarai, yaitu Bapak Bambang Sukanton, Kepala Seksi Pengawasan Dinas Tata Ruang.

4. Pihak akademisi. Hal ini bertujuan dengan mencari informasi tentang konsep terkait, khususnya konsep fungsi regulerend dan pengawasannya itu sendiri. Wawancara berupa daftar pertanyaan terbuka yang tidak membatasi jawaban dari informan sehingga benar-benar dapat memberikan jawaban sesuai dengan persepsi dan pengetahuan yang dimilikinya. Pedoman tidak bersifat mengikat, jadi apabila di dalam wawancara ada hal di luar pertanyaan yang dibahas namun memiliki keterkaitan dengan tema penelitian akan dijadikan bahan analisis. Informan yang diwawancarai, yaitu Bapak Mahfud Sidik dosen Universitas Indonesia.

### **3.6 Site Penelitian**

Tempat yang dikunjungi untuk penelitian antara lain tempat wawancara dengan informan terkait dengan masalah penelitian, yaitu di tempat akademisi perpajakan, kantor Dinas Pendapatan Daerah, dan di tempat praktisi penyelenggaraan reklame.

### **3.7 Batasan Penelitian**

Untuk menfokuskan arah penelitian, maka skripsi ini hanya akan membatasi pembahasan mengenai pengawasan terhadap fungsi regulerend pajak reklame di Provinsi DKI Jakarta serta kendala-kendala yang ditemui dalam pelaksanaan pengawasan tersebut.

## **BAB 4**

## **GAMBARAN UMUM DINAS PELAYAN PAJAK DAERAH DAN PENYELENGGARAAN PAJAK REKLAME**

### **4.1 Gambaran Umum Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta**

#### **4.1.1 Sejarah Pendirian Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta**

Pada awal pendiriannya Dinas Pajak Daerah memiliki perjalanan atau riwayat yang cukup panjang. Sejalan dengan pertumbuhan kota jakarta, organisasi instansi pemungut pajak dan retribusi daerah telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Awal berdirinya dinas ini terukir pada tahun 1952 dengan nama suku bagian pajak di bawah sekretariat walikota jakarta yang mulanya merupakan salah satu unit kerja pada bagian hukum dan perundang-undangan kota praja jakarta dengan nama suku bagian pajak. Selanjutnya berturut-turut mengalami perubahan menjadi bagian pajak, urusan pendapatan pajak, dinas pajak dan pendapatan daerah, kantor pajak dan pendapatan daerah, dinas pajak daerah dan menjadi dinas pendapatan daerah propinsi dki jakarta dan sekarang menjadi Dinas Pelayanan Pajak.

Luasnya kewenangan dan volume tugas yang diserahkan kepada Pemerintah Daerah untuk menyelenggarakan dan melaksanakan tugas-tugas bidang perpajakan dan retribusi daerah, dapat mengakibatkan bertambahnya kewenangan pemda dalam mengelola sumber pendapatan daerah, terlebih dengan adanya pemberian otonomi penuh kepada Pemda Propinsi DKI Jakarta. Pendapatan daerah merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari penyelenggaraan kegiatan dalam pembangunan daerah karena pendapatan daerah merupakan sumber dana yang diperlukan untuk membiayai seluruh kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Karena merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari pemerintah daerah, maka kelahiran suatu unit kerja yang menampung suatu kegiatan yang menyelenggarakan pemungutan-pemungutan di bidang pendapatan daerah sudah barang tentu bersamaan dengan lahirnya pemerintahan di daerah, mengingat kegiatan tersebut sudah sejak awal melekat dan merupakan perangkat dari pada pemerintah daerah. Kegiatan pungutan sumber-sumber pendapatan daerah, harus ditampung dalam suatu wadah yang lazimnya

dinyatakan dalam bentuk struktur organisasi dan tata kerja yang menangani masalah pendapatan daerah.

Sesuai dengan ketentuan yang terdapat pada Pasal 49 Undang-undang Nomor 5 tahun 1974 tentang Pokok-pokok Pemerintah di Daerah, yang menetapkan bahwa pembentukan, susunan organisasi dan formasi Dinas Daerah ditetapkan dengan Peraturan Daerah sesuai dengan pedoman yang diterapkan Menteri Dalam Negeri, maka dikeluarkan Peraturan Daerah Nomor 5 tahun 1983 tanggal 6 Oktober 1983 tentang Pembentukan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dipenda DKI Jakarta yang sekaligus merubah status dan sebutan dari Dinas Pajak dan Pendapatan DKI Jakarta menjadi Dinas Pendapatan Daerah DKI Jakarta. Berdasarkan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 84 tahun 1955 tentang Pedoman Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta, maka Perda Nomor 5 tahun 1983 diganti dengan Perda Nomor 9 tahun 1995 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dipenda DKI Jakarta.

Untuk menindaklanjuti Perda Nomor 9 tahun 1995 tersebut, Gubernur selaku Kepala Daerah Propinsi DKI Jakarta telah mengeluarkan Keputusan Nomor 1926 Tahun 1996 tentang Rincian Tugas, Wewenang dan Tanggung Jawab Seksi-seksi dan Sub-Bagian di Lingkungan Dipenda DKI Jakarta. Diberlakukannya Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagai akibat dari semakin luasnya cakupan pemungutan Pajak Daerah dan Retribusi Daerah secara otomatis merubah kondisi organisasi perangkat daerah termasuk Dinas Pendapatan Daerah. Peraturan Daerah yang berlaku di DKI Jakarta pun mengalami perubahan. Pemerintah Daerah membentuk Peraturan Daerah baru mengenai organisasi daerah yaitu Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2001 tentang Bentuk Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah dan Sekretariat DPRD Provinsi DKI Jakarta.

Untuk menindaklanjuti Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2001 tersebut, Gubernur Provinsi DKI Jakarta selaku Kepala Daerah mengeluarkan Keputusan Gubernur Nomor 29 Tahun 2002 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan Daerah dan Keputusan Gubernur Nomor 329 Tahun 2002 tentang Penetapan Wilayah Kerja Suku Dinas Pendapatan Daerah Kotamadya di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta

telah berubah nama menjadi Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah. Struktur Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pendapatan Daerah Provinsi DKI Jakarta juga telah mengalami perubahan dengan dikeluarkannya Peraturan Gubernur Nomor 34 Tahun 2009 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta.

#### **4.1.2 Kedudukan, Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta**

Dinas Pelayanan Pajak merupakan unsur pelaksana otonomi daerah di bidang pelayanan pajak daerah yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada gubernur melalui sekretaris daerah. Dinas ini memiliki tugas melaksanakan pelayanan pajak daerah. Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta memiliki tugas pokok yaitu menyelenggarakan pemungutan pendapatan daerah dan mengadakan koordinasi dengan instansi lain dalam perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian pemungutan pendapatan daerah. Fungsi Dinas Pelayanan Pajak adalah:

- Penyusunan dan pelaksanaan rencana kerja dan anggaran Dinas Pelayanan Pajak dalam bentuk Rencana Kerja dan Anggaran ( RKA ) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran ( DPA )
- Perumusan kebijakan teknis pelaksanaan penyelenggaraan tugas pelayanan pajak daerah
- Pendataan dan Pendaftaran Wajib Pajak Daerah
- Pemeriksaan Pajak Daerah
- Penetapan Pajak Daerah
- Penagihan Pajak Daerah
- Penyelesaian Sengketa Pajak Daerah
- Penggalian dan Pengembangan Potensi Pajak Daerah
- Penyediaan, pengelolaan, pendayagunaan sarana dan prasarana pelayanan pajak daerah
- Pembinaan dan pengembangan tenaga fungsional di bidang pelayanan pajak daerah

- Penegakan peraturan perundang-undangan di bidang pajak daerah
- Penyediaan, penatausahaan, penggunaan, pemeliharaan dan perawatan sarana dan prasarana kerja pelayanan pajak
- Pemberian dukungan teknis dan administrasi kepada masyarakat
- Pengelolaan kepegawaian, keuangan, barang dan ketatausahaan Dinas Pelayanan Pajak
- Pelaporan dan Pertanggungjawaban pelaksanaan tugas dan fungsi.

#### **4.1.3 Tujuan, Visi dan Misi Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta**

Tujuan Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta adalah:

- Mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), Penerimaan Lain-lain (PLL) dan Dana Perimbangan
- Meningkatkan perananan PAD, PLL dan Dana Perimbangan sebagai sumber Pendapatan Daerah
- Menciptakan sumber Penerimaan Daerah baru
- Mendorong BUMD dan PLL untuk lebih mampu memberikan hasil
- Melakukan upaya khusus dengan Pemerintah Pusat agar Dana Perimbangan lebih besar.

Visi Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta adalah menjadikan Dinas Pelayanan Pajak sebagai sebagai Organisasi yang Efisien, Efektif dan Transparan dalam Pelayanan Pajak Daerah dengan Dukungan Aktif Masyarakat. Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta adalah:

- Menyelenggarakan Pelayanan Pajak Daerah
- Mengadakan koordinasi dengan instansi lain dalam perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian pelayanan pajak daerah
- Melaksanakan kegiatan pelayanan pajak daerah dengan prinsip profesionalisme dan transparan
- Memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dengan prinsip transparan dan akuntabel
- Menciptakan kemudahan, keterbukaan keadilan, kepastian dan tanggung jawab dalam kegiatan pelayanan pajak daerah

- Mendorong dan menciptakan partisipasi aktif masyarakat dalam pengawasan pelayanan pajak daerah
- Peningkatan profesionalisme aparat dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam kegiatan pelayanan pajak daerah

#### **4.1.4 Susunan Organisasi Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta**

Susunan organisasi, fungsi serta tugas masing-masing unit kerja pada Dinas Pelayanan Pajak Provinsi DKI Jakarta dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Kepala Dinas

Kepala dinas adalah orang yang memimpin dalam pelaksanaan tugas dan fungsi dari Dinas Pelayanan Pajak.

2. Sekretariat

Sekretariat merupakan unit kerja staf Dinas Pelayanan Pajak yang dipimpin oleh seorang sekretaris dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas

3. Bidang Perencanaan dan Pengembangan Pajak Daerah

Bidang perencanaan dan pengembangan pajak daerah merupakan unit kerja lini dinas pelayanan pajak dalam pelaksanaan perencanaan dan pengembangan pajak daerah.

4. Bidang Sistem Informasi Pajak Daerah

Bidang peraturan dan penyuluhan pajak Daerah merupakan unit kerja lini dinas pelayanan pajak di bidang pengelolaan sistem informasi pelayanan pajak daerah

5. Bidang Peraturan dan Penyuluhan Pajak Daerah

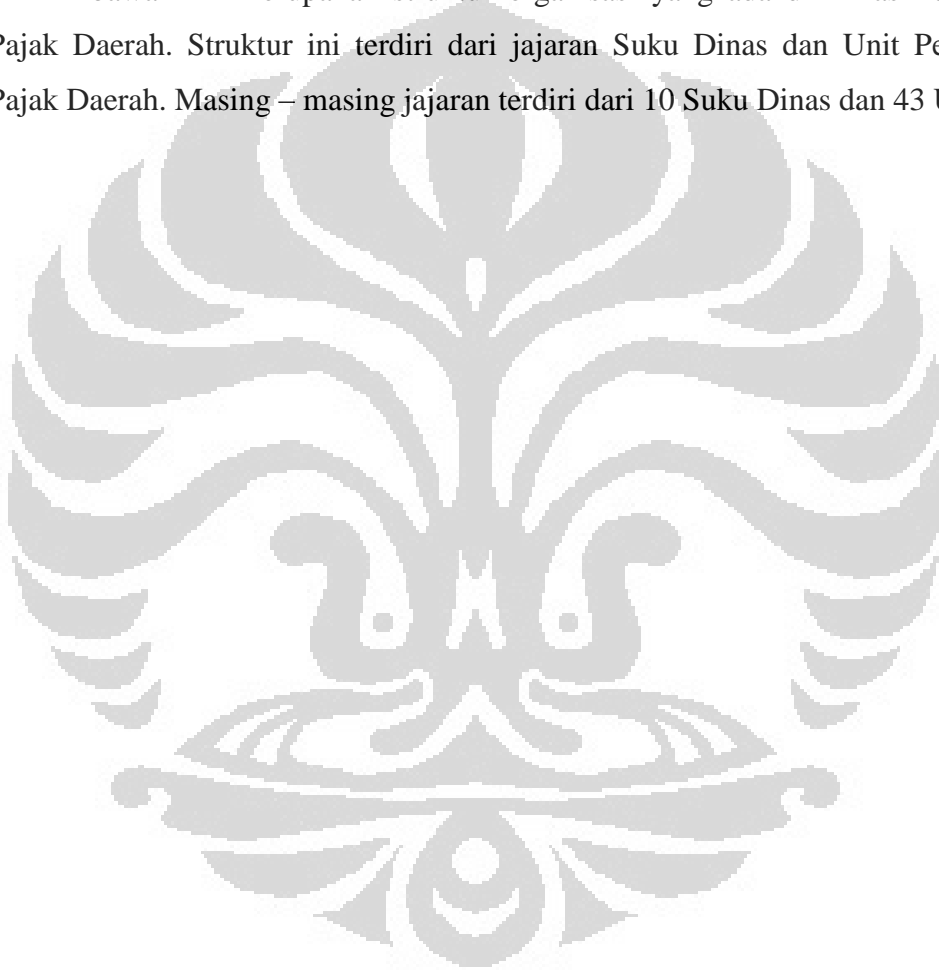
Bidang peraturan dan penyuluhan pajak daerah merupakan unit kerja lini dinas pelayanan pajak dalam pelaksanaan perumusan peraturan dan penyuluhan pajak daerah.

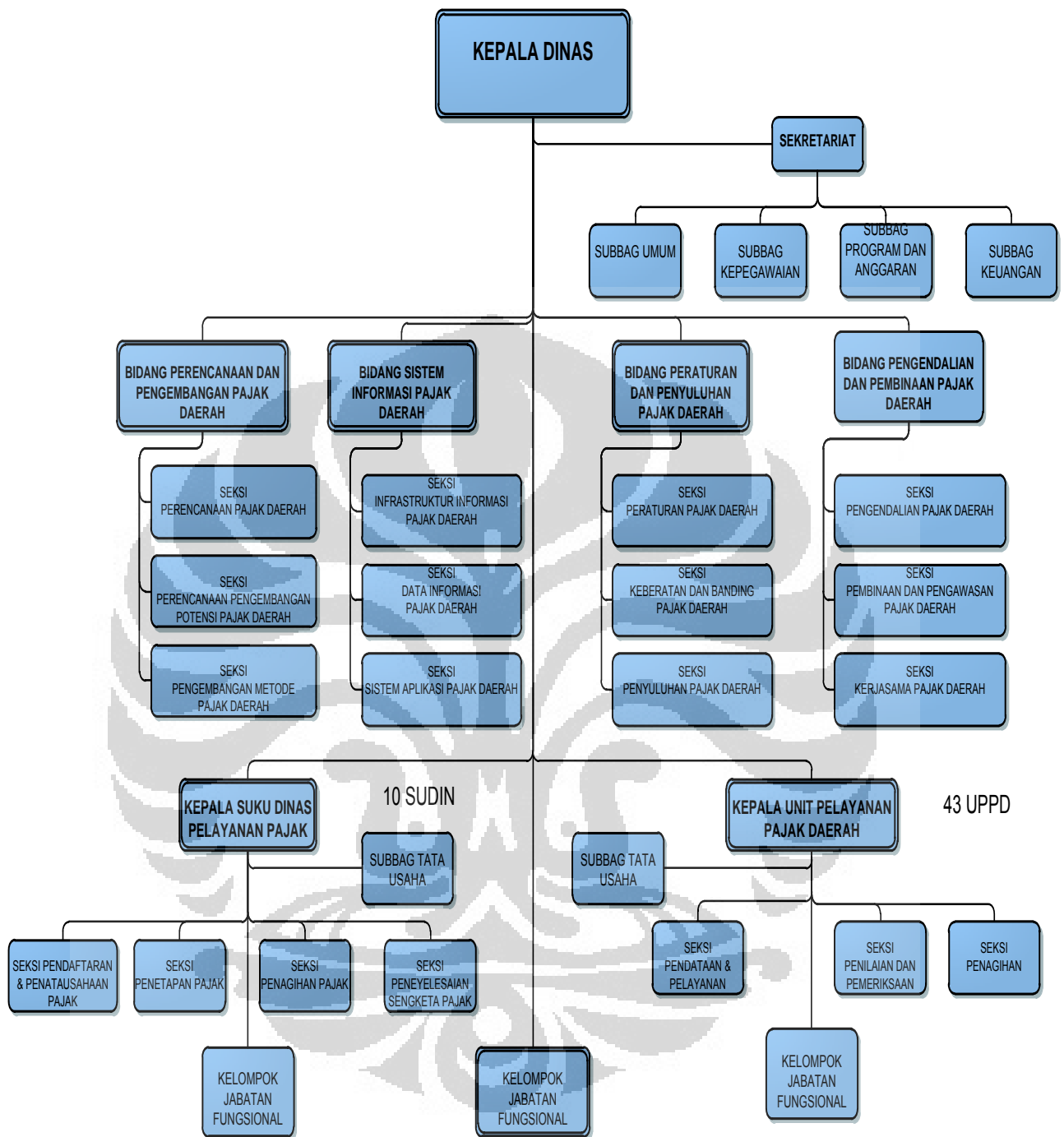
6. Bidang Pengendalian dan Pembinaan

Bidang pengendalian dan pembinaan merupakan unit kerja lini dinas pelayanan pajak dalam pelaksanaan pengendalian dan pembinaan pajak daerah.

7. Suku Dinas Pelayanan Pajak merupakan unit kerja dinas pelayanan pajak pada kota administrasi dalam pelaksanaan kegiatan pelayanan pajak daerah
8. Unit Pelayan Pajak Daerah
9. Kelompok Jabatan Fungsional  
Pejabat fungsional melaksanakan tugas dalam susunan organisasi struktural dinas pelayanan pajak

Di bawah ini merupakan struktur organisasi yang ada di Dinas Pelayanan Pajak Daerah. Struktur ini terdiri dari jajaran Suku Dinas dan Unit Pelayanan Pajak Daerah. Masing – masing jajaran terdiri dari 10 Suku Dinas dan 43 UPPD.





**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta**

Sumber : Dinas Pelayanan Pajak Daerah



## 4.2 Gambaran Umum Penyelenggaraan Pajak Reklame

Setiap penyebaran peletakan reklame di Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta harus memperhatikan estetika, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana kota. Oleh karena itu, dalam penyelenggaraan reklame diperlukan izin di setiap instansi yang terkait. Hal ini untuk memenuhi prinsip regulerend dalam penyelenggaraannya. Tidak hanya itu perizinan reklame juga dibedakan pada setiap luas dari reklame itu sendiri. Berikut intasi terkait perizinan berdasarkan luas.

- a. Dinas Pendapatan Daerah adalah untuk :
  1. Penyelenggaraan reklame megatron, videotron dan large electronic display;
  2. Penyelenggaraan reklame papan/billboard dalam dan dt luar sarana dan prasarana kota dengan ukufan di atas 24 m<sup>2</sup>.
  3. Penyelenggaraan reklame pada kendaraan angkutan umum.
  4. Penyelenggaraan reklame di atas bangunan yang menggunakan konstruksi.
- b. Suku Dinas Pendapatan Daerah adalah untuk :
  1. Penyelenggaraan reklame papan/billboard di luar sarana dan prasarana kota dengan ukuran di atas 6m<sup>2</sup> sampai 24 m<sup>2</sup>
  2. Penyelenggaraan reklame untuk jenis reklame udara seperti reklame balon, dan reklame kendaraan bukan angkutan umum
- c. Seksi Pendapatan Daerah Kecamatan
  1. Penyelenggaraan reklame papan/billboard di luar sarana dan prasarana kota dengan ukuran sampai dengan 6 m<sup>2</sup>.
  2. Penyelenggaraan reklame selain lenis reklame megatron, videotron, large electronic display, papan/billboard, reklame udara seperti reklname balon, reklame kendaraan pada angkutan umum dan bukan angkutan umum.

Terhadap reklame yang izinnya diterbitkan oleh Dinas Pendapatan Daerah proses sepenuhnya berada di Dinas Pendapatan Daerah kecuali untuk reklame papan/billboard yang ukurannya di atas 6m sampai 24m yang izinnya diterbitkan oleh Suku Dinas Pelayanan Pajak, terlebih dahulu harus mendapat gambar TLB

dari Dinas Tata Kota. Selanjutnya reklame yang izinnya adalah IMB Bangun Bangunan Reklame, prosesnya harus melalui Dinas Tata Kota untuk penerbitan gambar Tata Letak Bangunan (TLB) dan penertiban Surat Ketetapan Retribusi Daerah (SKRD) TLB. Setelah itu, berkas permohonan diteruskan ke Dinas P2B untuk penelitian konstruksi reklame dan penerbitan SKRD IMB BBR. Selanjutnya melalui pintu di Dinas Pelayanan Pajak seluruh kewajiban yang harus dilunasi seperti SKPD reklame, SKRD TLB, SKRD IMB BBR dan SPS sewa titik disampaikan kepada wajib pajak yang setelah dilunasi baru izin-izin secara resmi diterbitkan.

Untuk mengetahui tentang penyelenggaraan reklame, maka lebih baik perlu diketahui beberapa hal mengenai reklame, mulai dari dasar hukum reklame, objek, subjek, wajib pajak, bagaimana tata cara menyelenggarakan reklame, dan sanksi-sanksi yang diberikan. Oleh karena itu peneliti menggambarkannya sebagai berikut :

#### **4.2.1 Dasar Hukum Penyelenggaraan Reklame**

- Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- Peraturan Daerah Propinsi DKI Jakarta nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame
- Peraturan Daerah Propinsi DKI Jakarta nomor 7 Tahun 2004 Penyelenggaraan Reklame
- Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta nomor 74 Tahun 2000 Penetapan Nilai Sewa Reklame sebagai Dasar Perhitungan Pajak Reklame
- Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta nomor 128 Tahun 2000 Tentang Perhitungan Nilai Sewa Titik Reklame di Dalam Sarana dan Prasarana Kota Pemerintah Propinsi DKI Jakarta
- Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta nomor 3638 Tahun 2000 Tentang Bentuk dan Isi Formulir Yang Digunakan Dalam Rangka Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame
- Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta nomor 37 Tahun 2000 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame

- Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta nomor 14 Tahun 2004 Tentang Penyelenggaraan Reklame Dalam Bentuk Baliho, Umbul – Umbul, dan Spanduk di Propinsi DKI Jakarta
- Keputusan Gubernur Propinsi DKI Jakarta nomor 1303 Tahun 2008 Tentang Penetapan Kelas Jalan Sebagai Dasar Perhitungan Pajak Reklame
- Keputusan Kepala Dinas Pendapatan Daerah Propinsi DKI Jakarta nomor 467 Tahun 2000 Tentang Mekanisme Kerja Pelayanan Permohonan Izin Penyelenggaraan Reklame Pada Dinas Pendapatan Daerah Propinsi DKI Jakarta

#### 4.2.2 Objek Pajak Reklame

Objek Pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan yang dimaksud :

- reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya;
- reklame kain;
- reklame melekat, stiker;
- reklame selebaran
- reklame berjalan, termasuk pada kendaraan
- reklame udara
- reklame apung
- reklame suara
- reklame film/slide; dan
- reklame peragaan.

Tidak termasuk sebagai objek Pajak Reklame adalah :

- reklame yang diselenggarakan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah;
- penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
- label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
- nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut yang luasnya, tidak

melebihi 1 m<sup>2</sup> (satu meter persegi), ketinggian maksimum 15 (lima belas) meter dengan jumlah reklame terpasang tidak lebih dari 1 (satu) buah;

- penyelenggaraan reklame yang semata-mata memuat nama tempat ibadah dan tempat panti asuhan;
- penyelenggaraan reklame yang semata-mata mengenai pemilikan dan/atau peruntukan tanah, dengan ketentuan luasnya tidak melebihi 1 m<sup>2</sup> (satu meter persegi) dan diselenggarakan di atas tanah tersebut kecuali reklame produk;
- diselenggarakan oleh perwakilan diplomatik, perwakilan konsulat, perwakilan PBB serta badan-badan khususnya badan-badan atau lembaga organisasi internasional pada lokasi badan-badan dimaksud

#### **4.2.3 Subjek, Wajib Pajak dan Dasar Pengenaan Pajak**

Sedangkan subjek Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan reklame. Sedangkan yang menjadi wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Apa bila reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga maka yang menjadi wajib reklame adalah pihak ketiga tersebut. Dalam menghitung besarnya jumlah pajak reklame adalah dengan cara mengkalikan dasar pengenaan pajak dengan tarif. Dasar pengenaan pajak merupakan angka yang diperoleh dari NSR (nilai sewa reklame). Nilai sewa reklame terdiri dari :

- reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR ditetapkan berdasarkan Nilai kontrak reklame.
- reklame yang diselenggarakan sendiri, NSR dihitung dengan memperhatikan faktor-faktor :
  - ✓ jenis;
  - ✓ bahan yang digunakan;
  - ✓ lokasi penempatan;
  - ✓ waktu;
  - ✓ jangka waktu penyelenggaraan;
  - ✓ jumlah, dan ukuran media reklame.

#### 4.2.4 Cara Perhitungan Pajak Reklame

Besaran pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif dengan dasar pengenaan pajak. Di dalam dasar pengenaan pajak terdapat unsur nilai sewa reklame (NSR) dimana nilai ini ditentukan oleh Peraturan Gubernur. Di dalam pemungutannya, Pajak Reklame yang terutang dipungut di wilayah daerah tempat Reklame tersebut diselenggarakan.

#### 4.2.5 Tempat Penyelenggaraan Reklame

Berdasarkan Keputusan Gubernur Nomor 37 Tahun 2000 setiap penyebaran peletakkan reklame di Propinsi DKI Jakarta harus memperhatikan estetika, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana kota. Di dalam penyebaran titik-titik reklame maka perlu dikaji oleh Dinas Tata Kota dan dievaluasi sekurang-kurangnya 2 tahun. Titik-titik reklame terbagi atas di dalam sarana dan prasarana kota dan di luar sarana dan prasarana kota. Titik di dalam sarana dan prasarana kota adalah sebagai berikut :

- Bahu jalan
- Shelter bus
- Jembatan penyeberangan Orang (JPO)
- Taman kota atau jalur hijau
- Pos jaga polisi
- Jam kota
- Terminal dan pangkalan angkutan
- Gelanggang olahraga

Sedangkan titik reklame di luar sarana dan prasarana kota, yaitu :

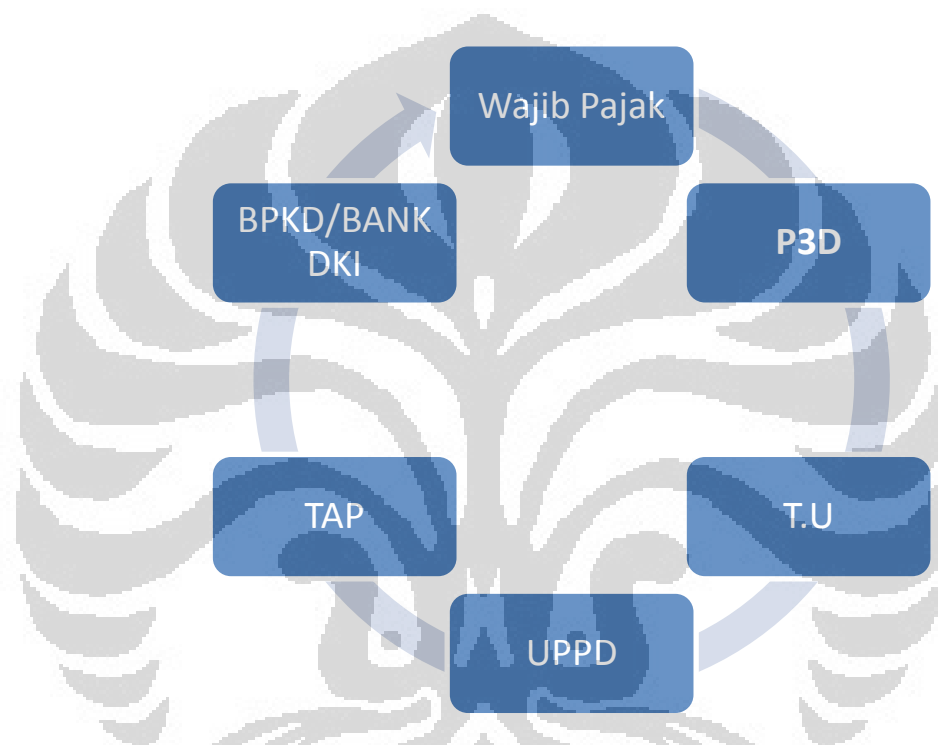
- Di atas bangunan
- Menempel pada bangunan
- Di halaman

Di dalam penyelenggaraan reklame yang bersifat komersil, ada beberapa tempat yang tidak boleh dipasang reklame, misalnya, kantor pemerintah pusat/daerah, halaman pendidikan milik pemerintah dan tempat-tempat ibadah, dan tempat-tempat lain yang ditetapkan dengan Keputusan Gubernur. Namun ada pengecualian dalam larangan pemasangan reklame, seperti, reklame tersebut diselenggarakan di halaman dan diselenggarakan menempel pada

gedung/bangunan. Setiap penyelenggaraan reklame megatron, videotron, large electronic display dan papan billboard harus memperhatikan rancang bangun reklame yang meliputi ukuran (dimensi), konstruksi, kriteria konstruksi, dan penyajiannya.

### 4.3 Proses Penyelenggaraan Reklame

Di dalam penyelenggaraan reklame ada beberapa proses yang dilewati. Proses tersebut di jabarkan dengan alur seperti di bawah ini :



**Gambar 4.2 Siklus Penyelenggaraan Reklame**

Sumber : Dinas Pelayanan Pajak Daerah

Proses tersebut apabila di jabarkan akan terbentang penjelasan seperti di bawah ini :

- Wajib pajak mempersiapkan berkas permohonan dan mengisi formulir SPOPD pajak reklame yang telah disediakan serta melampirkan persyaratan sesuai dengan ketentuan
- Lalu P3D menerima berkas tersebut sesuai dengan ketentuan lalu ditanda tangani oleh kepala P3D. Namun apabila ketentuan persyaratan belum lengkap berkas dikembalikan kepada wajib pajak

- Dari P3D meneruskan kepada TU. Lalu melalui Subag Tata Usaha disampaikan kepada Kasudin untuk mendapatkan disposisi tindak lanjut proses permohonan dengan lembar bukti pendaftaran. Jika di dalam pengkoreksian terdapat syarat yang belum lengkap maka berkas dikembalikan ke P3D sesuai disposisi dari kasudin
- Berkas permohonan yang mendapat disposisi kasudin perlu dilakukan pemeriksaan oleh UPT Reklame dikirim Ke UPT Reklame , yaitu ke UPPD.
- Berkas Permohonan yang telah mendapat disposisi proses tindak lanjut kasudin disampaikan kepada seksi penetapan untuk dibuatkan nota perhitungan yang diparaf oleh pamaraf sertam elakukan pencetakan SKPD sesuai dengan Nota Perhitungan yang dibuat oleh Seksi Penetapan. Atau meneliti kembali SKPD yang telah dicetak dan selanjutnya Kasi. P3D. membubuhi paraf pada lembar kedua SKPD yang akan ditanda tangani Kasudin
- SKPD yang telah diparaf disampaikan kepada Kasudin melalui Subag Tata Usaha untuk ditanda tangani dan stempel
- Lalu P3D menerima, mengadministrasikan, menyimpan berkas yang telah selesai diproses dan SKPD disampaikan kepada pemohon (wajib pajak)
- Wajib pajak menerima SKPD untuk disetorkan ke kas daerah
- Bank DKI Jakarta menerima dan memvalidasi penyetoran sesuai dengan nilai yang tercetak dalam SKPD.
- Wajib pajak menerima kembali SKPD Asli dan slip storan jaminan bongkar yang telah distor lalu menyampaikan tinasannya kepada Seksi P3D
- Lalu kewajiban P3D selanjutnya menerima, mengadministrasikan dan meneliti validasi cash register pada lembar SKPD dan Slip Storan yang telah disetor serta menginput data pembayaran kedalam SIM-R. Setelah itu mencetak izin reklame dan membubuhi paraf pada lembar kedua izin reklame

- Setelah itu izin reklame disampaikan kepada kasudin melalui Subag. Tata Usaha untuk ditanda tangani dan dibubuhi stempel lalu disampaikan ke seksi P3D
- Izin reklame yang telah selesai dilengkapi dengan peneng reklame diadministrasikan untuk disampaikan kepada pemohon
- Wajib pajak menerima izin reklame dan peneng reklame untuk ditempelkan pada papan reklame sebagai tanda lunas pajak reklame

#### **4.4 Sanksi Administrasi dan Ketentuan Pidana**

Penyelenggara reklame dapat dikenakan pidana kurungan selama-lamanya 6 (enam) bulan atau denda sebanyak-banyaknya Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah), apabila:

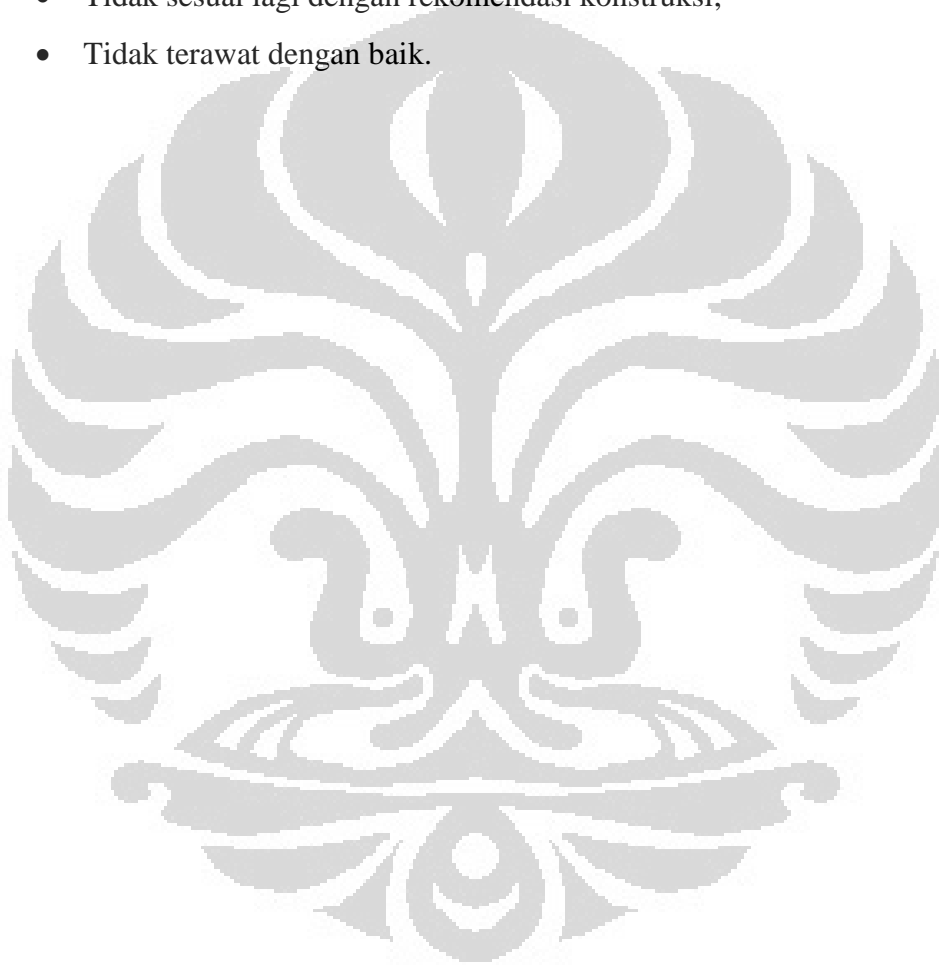
- Penyelenggara reklame tidak memiliki izin tertulis penyelenggaraan reklame dari Gubernur dengan menunjuk satu Dinas yang kompeten;
- Penyelenggara reklame menyelenggarakan reklame yang bersifat komersial pada: gedung dan/ atau halaman kantor Pemerintah Pusat/ Daerah, gedung dan/ atau halaman tempat pendidikan/ sekolah dan tempat-tempat ibadah dan pada tempat-tempat lain yang ditetapkan dengan Keputusan Gubernur.
- Penyelenggara reklame menyelenggarakan reklame rokok pada kawasan kendali ketat;
- Penyelenggara reklame menyelenggarakan reklame makanan/ minuman beralkohol, tidak pada tempat-tempat yang diizinkan menjual makanan/ minuman beralkohol.

Selain sanksi pidana tersebut, terhadap pelanggaran juga dapat dibebankan biaya paksaan penegakan hukum seluruhnya atau sebagian, yang besaran biayanya ditetapkan dengan Keputusan Gubernur. Selain dikenakan sanksi pidana, penyelenggara reklame juga akan dikenakan sanksi administrasi berupa tidak diperkenankan mengajukan izin penyelenggaraan reklame baru dan/ atau mengikuti pelelangan titik reklame masing-masing untuk jangka waktu 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal pencabutan, apabila reklame :

- Tanpa izin;



- Telah berakhir masa izinnnya dan tidak diperpanjang sesuai ketentuan yang berlaku;
- Tanpa peneng / tanda pelunasan pajak;
- Terdapat perubahan, sehingga tidak sesuai lagi dengan izin yang telah diberikan;
- Perletakannya tidak sesuai pada titik reklame yang telah ditetapkan dalam gambar tata letak bangunan (TLB);
- Tidak sesuai lagi dengan rekomendasi konstruksi;
- Tidak terawat dengan baik.



## **BAB 5**

### **ANALISIS PENGAWASAN PENYELENGGARAAN REKLAME DALAM RANGKA OPTIMALISASI FUNGSI REGULEREND**

Pajak merupakan alat instrumen negara atau pemerintahan dari sebuah negara. Secara garis besar pajak mempunyai dua fungsi dalam perannya, yaitu, fungsi budgeteir sebagai instrumen penerimaan pemerintah dan fungsi regulerend sebagai instrumen pengendali untuk tujuan tertentu yang diinginkan pemerintah. Di dalam pemerintahan daerah, reklame merupakan instrumen pemerintah yang mempunyai dua unsur dalam penyelenggaraannya, yaitu fungsi budgeteir untuk pendapatan pemerintah daerah dan fungsi regulerend untuk mengendalikan keindahan estetika kota, ketertiban, dan keamanan dari reklame itu sendiri. Dalam penelitian ini peneliti lebih cenderung mengarah kepada fungsi regulerend itu sendiri.

Fungsi regulerend di dalam penyelenggaraan reklame ditunjukkan untuk pengendalian estetika kota, keamanan, dan ketertiban kota. Namun apakah tujuan itu sudah berjalan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu, peran pengawasan diperlukan untuk mendampingi pelaksanaan dalam rangka optimalisasi fungsi regulerend. Dalam pengawasan fungsi regulerend merupakan tugas dari Dinas Pelayanan Pajak beserta jajarannya untuk mengawasinya.

Jakarta merupakan kota yang mempunyai potensi yang cukup besar untuk reklame untuk berkembang. Banyak faktor untuk yang mempengaruhi, seperti Jakarta merupakan kota pusat perdagangan, pusat pemerintahan, pusat perkantoran, pusat kegiatan hiburan, pusat keagamaan,dll. Dengan adanya hal ini maka banyak orang yang bekerja dan berlalu lalang di Ibu Kota ini. Kondisi ini dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu yang memanfaatkan jasa reklame untuk memberikan suatu bentuk informasi untuk kepentingan dirinya. Reklame pun semakin marak terpasang di mana-mana.

Pajak mempunyai peran terhadap reklame yang terpasang melalui salah ssatu fungsinya, yaitu fungsi regulerend. Dengan fungsi reguleren reklame dapat dikendalikan dari maraknya reklame yang tersebar dan keamanan reklame itu sendiri. Pemerintah dapat menggunakan fungsi regulerend pajak untuk

mewujudkan tujuan keindahan estetika kota. Penyelenggaraan reklame membutuhkan pengendalian dan pengawasan agar penyelenggaraan reklame ini tetap dalam keadaan terkendali.

Banyak terjadi kasus menyangkut reklame di Pemerintah DKI Jakarta, seperti, reklame ilegal atau reklame liar dan keamanan reklame itu sendiri seperti tumbangnya reklame di beberapa tempat di DKI Jakarta. Oleh karena itu bentuk pengawasan diperlukan untuk kepentingan pencapaian tujuan fungsi regulerend ini. Di dalam fungsi regulerend ada dinas yang terkait seperti, Dinas Tata Ruang, Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan. Pada penyelenggaraannya reklame melalui proses yang panjang dengan melibatkan dinas-dinas tersebut. Namun di dalam pengawasannya, Dinas Pelayanan Pajak yang merupakan menjadi ujung tombak dan koordinator, sesuai dengan SK Gubernur No 37 Tahun 2000.

### **5.1 Peran Izin Penyelenggaraan Reklame dalam Memenuhi Fungsi Regulerend**

Peran fungsi regulerend dalam penyelenggaraan pajak dapat terlihat dalam Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah. Hal ini terlihat pada dasar pengenaan pajak itu sendiri yang tergambarkan pada nilai sewa reklame (NSR). Pada pasal 49 ayat 3, disebutkan nilai sewa reklame harus memperhatikan beberapa faktor, yaitu faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame.

Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame. Pasal 6 ayat 2 huruf a dan b dalam peraturan ini juga menyebutkan ada beberapa faktor yang diperhatikan dalam nilai sewa reklame. Selain itu pasal 6, fungsi regulerend juga digambarkan pada ayat 4 yang mengendalikan tempat-tempat atau titik-titik reklame pada setiap jalan yang ada di Jakarta. Hal ini dapat tercermin pada klasifikasi jalan, seperti, jalan protokol, jalan ekonomi, dan jalan lingkungan. Peraturan Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame juga mengatur tentang dampak negatif atau yang biasa disebut *eksternalitas negatif*. Pada pasal 7 yang mengatur NSR untuk penyelenggaraan reklame rokok dan minuman berakohol dikenakan tambahan 25% dari hasil perhitungan NSR. Selain itu setiap penambahan ketinggian sampai dengan 15 meter, dikenakan tambahan 20% dari hasil perhitungan NSR. Pada penjelasan

pasal 7 ayat 9 juga ada peran fungsi regulerend dalam penyelenggaraan reklame. Pasal ini mengatur NSR dapat disesuaikan atau dievaluasi setiap 2 tahun sekali atau lebih dengan peraturan gubernur. Penyesuaian dan evaluasi ini perlu dilakukan dengan pertimbangan dari aspek tata ruang, pertumbuhan reklame, ketertiban umum, arsitektur dan estetika kota.

Latarbelakang adanya unsur pengendalian yang tergambarkan pada Undang-undang Pajak Daerah Nomor 28 Tahun 2009 dan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2011 terhadap penyelenggaraan reklame maka diperlukan instansi terkait untuk memenuhi fungsi regulerend dalam pelaksanaannya. Kerjasama instansi terkait dapat terlihat pada proses pemberian izin dari penyelenggaraan reklame. Instansi ini bekerja sama untuk memenuhi aspek-aspek yang perlu dikendalikan yang tertulis pada undang-undang dan peraturan daerah, seperti aspek letak dan aspek arsitektur.

Di dalam penyelenggaran reklame terdapat alur yang merupakan wujud dari terciptanya fungsi regulerend. Bentuk fungsi ini berupa keamanan dari reklame itu. Fungsi regulerend ini mengendalikan agar reklame berdiri tidak sembarangan untuk diselenggarakan. Penyelenggaraan penyelenggaraan reklame itu dibutuhkan bukan hanya rasa keamanan namun juga kepastian keamanan bagi lingkungan sekitar. Ada jenis reklame seperti billboard yang membutuhkan Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan untuk mendapatkan izin perihal dengan konstruksi reklame itu. Untuk mengendalikan konstruksi dibutuhkan izinnya dinas terkait. Oleh karena itu sebelum pemberian surat ketetapan pajak daerah diberikan maka izin Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan diperlukan untuk memastikan bangunan itu aman digunakan. Hal ini dikarenakan untuk memenuhi fungsi regulerend pajak itu sendiri. Gambaran ini seperti yang dikatakan Aulia dari Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan,

*“P2B itu merupakan proses final paling terakhir dari penyelenggaraan reklame. Jadi dari mulai dispenda sebagai koordinator penyelenggaraan reklame, sampai dengan peremohonan TLB ke tata ruang, setelah tata ruang terbit lau semua persyaratan kelengkapan sudah terpenuhi lalu dispenda mengirimkan berkas ke P2B. Karena,, eemm, gini, kalo di tingkat dinas di tingkat propinsi namanya P2B, tapi klo ditingkat walikota ada 2, yaitu sudin*

*perizinan lalu sudi pengawasan dan penertiban bangunan. Dispenda dalam mengirimkan berkas ke perizinan dulu melalui caraka ( kurir dispenda) masuk ke loket layanan terpadu lalu dicek, lalu bila diterima baru dikirim ke bagian pengawasan untuk diperiksa untuk memastikan konstruksinya sudah sesuai sehingga aman digunakan.”*

Penyelenggaraan reklame merupakan penyelenggaraan yang memiliki proses yang cukup panjang seperti izin konstruksi harus dipenuhi sebelum reklame itu berdiri. Pelaksanaan yang membutuhkan izin selain Dinas Pelayanan Pajak ini dimaksudkan untuk menjaga keamanan dari lingkungan sekitar , seperti, masyarakat yang melewati reklame tersebut, rumah-rumah atau bangunan-bangunan penduduk yang ada di sekitar reklame, kendaraan yang melintasi reklame, dan lain-lain. Izin yang diberikan ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi fungsi regulend dalam penyelenggaraannya.

Penyelenggaraan reklame dalam memenuhi fungsi regulend juga terdapat pengendalian dalam aspek keindahan kota. Begitu pun sebelum surat ketetapan pajak daerah diberikan maka dibutuhkan izin oleh Dinas Tata Ruang. Dinas ini mengatur untuk penempatan penyelenggaraan reklame dengan tertib sehingga keindahan dan estetika kota tetap terjaga rapih dan indah. Sebelum pajak dipungut maka reklame memerlukan persetujuan dimana reklame tersebut akan terpasang. Apabila reklame diselenggarakan tanpa pengendalian maka akan terwujud hutan reklame di Jakarta yang merusak keindahan kota. Keindahan kota dapat terganggu bila di setiap sudut kota jakarta di setiap meter ada reklame yang terpasang. Oleh karena itu pemberian izin atas titik letak dimana reklame itu akan diselenggarakan diperlukan akan terwujud keindahan kota dan ketertiban di dalam penyelenggaraan reklame. Pernyataan reklame harus diatur titiknya, dikatakan oleh Bapak Bambang Sukanton di Dinas Tata Ruang, bahwa pemberian izin titik reklame untuk menjaga estetika kota terjaga,

*“Melewati Dinas Pelayan Pajak dulu lalu Dinas Tata Ruang untuk melakukan survei dan kajian tentang kajian untuk titik yang dimohon itu kalau sudah sesuai lalu keluar TLB nya, katakanlah lulus TLB nya, lalu abis TLB keluar maka pergi dia ke P2B untuk mengurus IMB nya agar dapat dibangun konstruksinya lalu abis itu ke DPP lagi untuk membayar pajak*

*tayang nya, berapa lama, nah seperti itu, estetika kota harus dijaga. Karena reklame juga merupakan ornamaen kota agar dapat memperindah kota. Reklame perlu diatur agar kota tetap indah dan tidak semrawut maka titik-titik letak harus diatur juga gitu.”*

Pernyataan di atas menggambarkan bahwa dalam memberikan izin penyelenggaraan reklame maka diperlukan juga izin dari Dinas Tata Ruang terkait pengendalian titik reklame yang akan dipasang di Kota Jakarta. Hal ini menggambarkan fungsi regulerend ikut dikedepankan dalam penyelenggaraan reklame. penyelenggaraan reklame tidak boleh sembarangan dan sesuka hati untuk dipasang di mana saja. Penyelenggaraan reklame ini memerlukan aturan-aturan atau pengendalian dalam aspek di mana reklame itu akan dipasang.

Penyelenggaraan reklame ini sesuai dengan salah satu teori fungsi pajak, yaitu fungsi regulerend. Pemenuhan fungsi regulerend ini merupakan suatu bentuk dari peran pajak dalam kehidupan pemerintahan menjalankan tugasnya. Penyelenggaraan reklame tidak hanya mengedepankan fungsi penerimaan namun juga mengikutsertakan fungsi pengendalian untuk tujuan tertentu. Fungsi pajak reguleren di sebut juga fungsi mengatur, sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan, misalnya bidang ekonomi, politik, budaya, pertahanan keamanan, seperti :

- Mengadakan perunahan-perubahan tarif dan
- Memberikan pengecualian-pengecualian, keringanan-keringanan atau sebaliknya, yang ditujukan masalah tertentu.

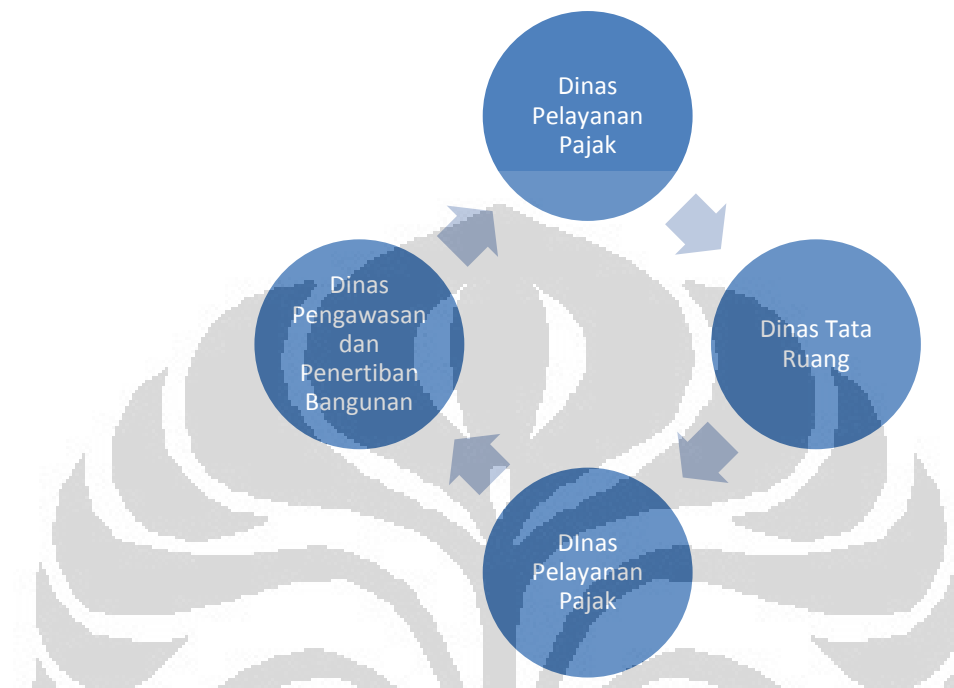
Di dalam pajak daerah pada umumnya, dan pajak reklame pada khususnya maka bentuk pengendalian itu tersebut terletak pada proses izin yang diberikan dalam penyelenggaraan reklame. Sebelum diberikan izin dan dipungut pajak, penyelenggaraan reklame memerlukan izin dari pihak-pihak terkait aspek keindahan kota dan aspek keamanan dari reklame itu sendiri. Sudah diketahui oleh umum, bahwa fungsi pajak bukan hanya budgeter saja, yaitu untuk memasukkan uang sebanyak-sebanyaknya ke dalam kas negara, melainkan msih ada yang lain, yaitu mengatur atau nonbudgeter/nonfiskal.

Fungsi regulerend atau fungsi mengatur disebut juga fungsi tambahan yaitu suatu fungsi dalam mana pajak dipergunakan oleh pemerintah sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu. Disebut sebagai fungsi tambahan karena fungsi ini hanya sebagai pelengkap dari fungsi utama pajak, yaitu fungsi budgetair. Untuk mencapai tujuan tersebut maka pajak dipakai sebagai alat kebijaksanaan.

Di dalam pajak reklame maka fungsi regulerend difokuskan kepada keindahan kota, ketertiban dan keamanan dari reklame itu sendiri. Dengan adanya pajak reklame maka diharapkan penyelenggaraan reklame tidak merusak keindahan kota dengan berdirinya reklame di mana-mana dan dapat dikendalikan untuk keamanan dari reklame itu sendiri. Dengan adanya pajak reklame juga dapat menciptakan ketertiban dalam penyelenggaraan reklame bagi wajib pajak maupun aparat pemerintah.

Reklame merupakan suatu ornamen pemerintah daerah yang memiliki tingkat kompleksitas yang cukup tinggi karena melibatkan instansi terkait. Meliputi Dinas Pelayanan Pajak, Dinas Tata Ruang, dan Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan (P2B). Hal ini karena ada kepentingan yang saling berbenturan dan koordinasi untuk terciptanya tujuan budgetair dan regulerend berjalan beriringan dengan baik. Dalam memenuhi fungsi regulerend maka dalam penyelenggaraan reklame memiliki alur yang cukup panjang. Menurut penelitian, penyelenggaraan reklame mempunyai alur diawali dengan pemasukan berkas kepada dinas pelayan pajak lalu berkas ini teruskan kepada Dinas Tata Ruang untuk memperoleh kajian atas letak titik reklame yang akan diselenggarakan. Titik yang diajukan wajib pajak dikaji untuk mengetahui apakah titik yang diminta sudah sesuai dengan aturan titik penyebaran yang sudah ditetapkan. Semakin strategis titik yang diminta wajib pajak maka akan semakin mahal biaya yang akan dikenakan. Setelah mendapat izin dari Dinas Tata Ruang maka dikembalikan ke Dinas Pelayanan Pajak. Setelah dikembalikan maka Dinas Pelayanan Pajak meneruskan kepada Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan untuk memperoleh izin atas kajian konstruksi dari reklame yang akan dibangun, apakah sudah sesuai dengan standar apa belum sehingga akan menjamin keamanan dari lingkungan sekitar dari reklame itu berada. Setelah mendapat izin dari P2B maka dikembalikan lagi ke Dinas Pelayanan Pajak untuk dikembalikan ke wajib pajak lalu membayar

pajaknya dan pungutan lain seperti jaminan pembongkaran. Berdasarkan ilustrasi cerita di atas maka penulis mencoba menilustrasikan dengan gambar seperti gambar 5.1 :



Gambar 5.1 Alur Perolehan Izin Penyelenggaraan Reklame

sumber : data diolah oleh peneliti

Gambar ini merupakan layanan untuk reklame yang bersifat permanen atau dengan jangka waktu yang panjang. Jika reklame yang akan di selenggarakan bersifat sementara maka hanya Dinas Pelayanan Pajak dan Dinas Tata Ruang yang terkait. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa Dinas Pelayanan Pajak sangat berperan dalam penyelenggaraan reklame begitupun juga dalam hal pengawasan reklame itu sendiri.

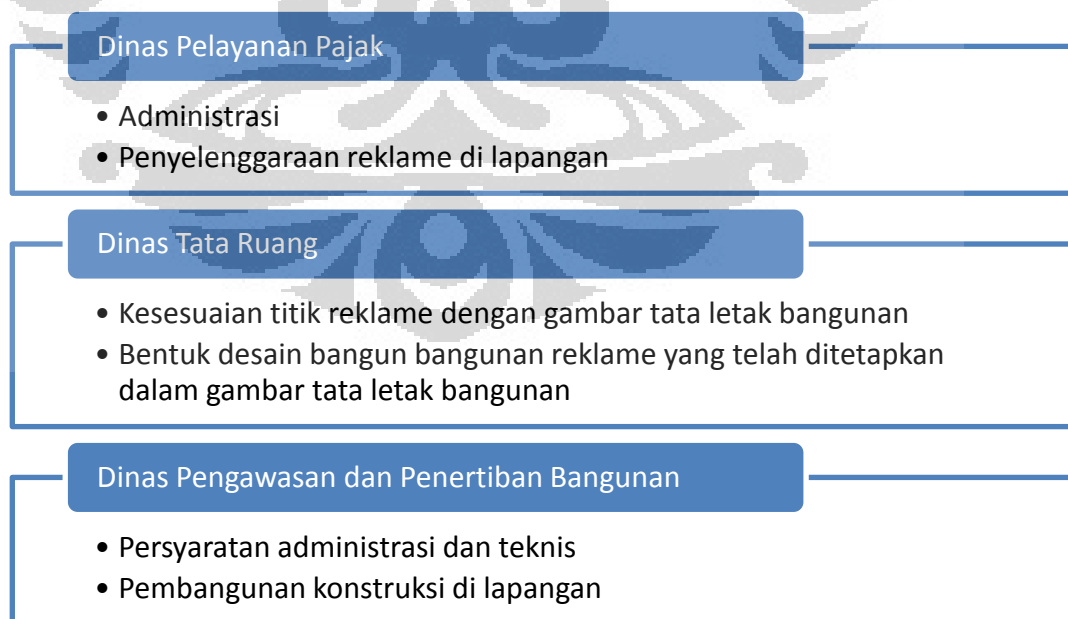
Proses perizinan yang panjang ini bertujuan untuk mendapatkan izin dari aspek keindahan, aspek keamanan, aspek ketertiban. Pada setiap Dinas akan memberikan izin atas penyelenggaraan reklame sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing dinas di pemerintahan DKI Jakarta. Hal ini berpusat terkoordinasi oleh Dinas Pelayanan Pajak. Setelah izin sudah diberikan lalu Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) pun dikeluarkan oleh Dinas Pajak Daerah. Dalam perihal memeriksa dan mengawasi kesesuaian antara izin yang diberikan



dengan keadaan reklame yang terpasang merupakan tugas dari Dinas Pelayanan Pajak berdasarkan SK Gubernur No 37 Tahun 2000.

Atas pemberian izin yang telah disebutkan di atas merupakan suatu bentuk dari fungsi regulasi untuk mencapai tujuan tertentu dari pemerintah daerah. Namun, untuk mewujudkan itu semua dibutuhkan pengawasan yang dilaksanakan untuk memastikan bahwa pelaksanaan dalam penyelenggaraan reklame sudah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam menerapkan fungsi regulasi maka diperlukan pengawasan di lapangan oleh petugas yang diberikan amanat atau yang diberikan tugas.

Dalam penerapan pengawasan di lapangan, seperti yang dikatakan oleh Sarwoto. Pengawasan adalah kegiatan manajer yang mengusahakan agar pekerjaan-pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan dan atau hasil yang dikehendaki.” Dalam definisi Sarwoto ini dinyatakan secara eksplisit subjek yang melaksanakan pengawasan atau memiliki fungsi pengawasan, yaitu manajer sebagai standar atau tolak ukur adalah “rencana yang diterapkan dan atau hasil yang dikehendaki”. Dalam definisi tersebut secara implisit dapat terlihat tujuan dari pengawasan yaitu “mengusahakan agar pekerjaan-pekerjaan terlaksana sesuai dengan rencana”. Pengertian menurut Sarwoto ini dapat disimpulkan definisi tersebut mengandung unsur mengarahkan atau mengendalikan.



Gambar 5.2 Skema Pengawasan Penyelenggaraan Reklame

Gambar 5.2 Menjelaskan bentuk-bentuk pengawasan yang dilaksanakan oleh instansi-instansi terkait. Dalam pelaksanaan pengawasan instansi terkait melakukan kerjasama atau koordianasi terutama pada saat-saat penertiban. Penertiban dilakukan terhadap reklame-reklame yang bermasalah baik reklame ilegal maupun reklame legal namun tidak sesuai dengan peraturan. Di dalam kehidupan sehari-hari bahwa istilah pengawasan mengandung pengertian luas, yakni tidak hanya sifat melihat sesuatu dengan seksama dan melaporkan hasil kegiatan mengawasi tetapi juga mengandung pengendalian dalam arti menggerakkan, memperbaiki, dan meluruskannya sehingga mencapai tujuan yang sesuai dengan apa yang direncanakan. Oleh karena itu selain pengawasan yang dilakukan, Pemerintah DKI Jakarta juga melaksanakan penertiban terhadap reklame yang bermasalah.

## 5.2 Analisis Pengawasan Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi Regulerend

Pengawasan penyelenggaraan reklame dilakukan untuk memastikan pelaksanaan sudah sesuai dengan peraturan yang diinginkan. Peraturan tersebut tertuang berupa izin yang diterbitkan oleh dinas terkait. Pengawasan dibutuhkan karena tidak menutup kemungkinan akan terjadi ketidaksesuaian yang sudah ditetapkan. Pengawasan dibutuhkan untuk mengendalikan untuk para wajib pajak yang coba tidak memenuhi peraturan untuk mendapatkan keuntungan baik berupa uang atau bentuk perhatian di dalam penyelenggaraan reklame. Apabila pengawasan tidak dilakukan maka akan terjadi penyimpangan-penyimpangan yang akan merugikan dari beberapa aspek, seperti, keindahan kota dan rasa aman dari masyarakat itu sendiri.

Keindahan kota, keamanan merupakan suatu kebutuhan yang harus dijaga ketertibannya. Untuk menjaga ketertiban tersebut maka dibutuhkan suatu bentuk pengendalian oleh karena itu pemerintah memiliki instrumen dalam mengendalikan keindahan kota. Pemerintah dapat mengarahkan sejauh mana keindahan kota akan dicapai dengan menggunakan alat yang dimiliki pemerintah. Salah satu alat itu adalah pajak daerah. Dalam bukunya, Marsyahrul menulis fungsi regulerend atau fungsi mengatur disebut juga fungsi tambahan yaitu suatu fungsi dalam mana pajak dipergunakan oleh pemerintah sebagai alat untuk

mencapai tujuan tertentu. Disebut sebagai fungsi tambahan karena fungsi ini hanya sebagai pelengkap dari fungsi utama pajak, yaitu fungsi budgetair. Untuk mencapai tujuan tersebut maka pajak dipakai sebagai alat kebijaksanaan.

Di dalam mencapai terpenuhinya fungsi regulierend maka diperlukan pengawasan. Karena dengan pengawasan akan memastikan bahwa fungsi dari regulierend akan berjalan dengan baik. Sesuai dalam bukunya Saleh (1988, hal 2) mengatakan “Pengawasan diperlukan bukan karena kurang kepercayaan dan bukan pula ditunjukan untuk mencari-cari kesalahan atau mencari kesalahan atau mencari siapa yang salah. Tetapi untuk memahami apa yang salah demi perbaikan di masa datang. Jika pengawasan seperti itu terlaksana, maka semua perencanaan dan peraturan akan berjalan dengan baik, dalam artian tidak ada gangguan dan rongrongan terhadap pelaksanaannya. Dan akan menciptakan suasana tenang, aman, dan berkeadilan.”

Di dalam pengawasan reklame bertumpu pada satu dinas, yaitu Dinas Pelayanan Pajak. Walaupun di kenyataannya di dalam proses pemberian izin tentang konstruksi bangunan oleh Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan untuk menciptakan keamanan pada reklame tersebut dan pemberian izin tentang titik reklame yang akan dipasang melalui Dinas Tata Ruang untuk terciptanya keindahan estetika kota. Hal ini merupakan tugas yang cukup berat bagi Dinas Pelayanan Pajak dalam melaksanakan tugasnya mengawasi penyelenggaraan reklame.

Pengawasan yang bertumpu pada satu dinas karena Dinas Pelayanan Pajak yang memegang kendali atau kontrol yang memimpin jalannya perizinan dalam penyelenggaraan reklame sehingga Dinas Pelayanan Pajak memiliki data-data terkait reklame. Dalam pelaksanaan perizinan penyelenggaraan menjadi tugas Dinas Pelayanan Pajak untuk mengkoordinasikan. Oleh karena itu, pengawasan dilakukan oleh Dinas Pelayanan Pajak. Hal ini dapat memudahkan untuk mengawasi objek-objek reklame yang akan membutuhkan pengawasan. Data ini berhubungan dengan SKPD yang diberikan. SKPD merupakan surat yang diberikan kepada wajib pajak untuk melegalkan objek reklamennya. Dengan latar belakang demikian maka pengawasan terkoordinir pada satu dinas yang

memegang data reklame yang mempunyai izin dan reklame yang tidak mempunyai izin.

Dalam memenuhi fungsi regulasi untuk pengendalian penyelenggaraan reklame Dinas Pelayanan Pajak berkoordinasi dengan Dinas Tata Kota, dan Dinas Pengawasan Pembangunan Kota. Koordinasi ini terjalin ketika proses pemberian izin dilakukan. Setiap penyelenggaraan reklame dilakukan pengendalian berdasarkan aspek tata ruang, lingkungan hidup, estetika kota, dan kelayakan konstruksi. Namun, pengawasan dilakukan oleh Dinas Pelayanan Pajak. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Nomor 37 Tahun 2000, pengawasan dilakukan oleh Dinas Pelayanan Pajak. Melalui jajarannya maka pengawasan dilakukan oleh Suku Dinas dan Unit Pelayanan Pajak Daerah (UPPD). Pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame dilakukan dalam mengawasi kepatuhan untuk memenuhi kewajiban dalam penyelenggaraan reklame.

Dalam pengawasan Dinas Pelayanan Pajak memiliki dua bentuk pengawasan dalam bentuk perpajakan. Bentuk pengawasan itu adalah pengawasan administrasi dan pengawasan penyelenggaraan reklame di lapangan. Pengawasan administrasi yang dilakukan oleh Dinas Pelayanan Pajak, meliputi persyaratan permohonan izin penyelenggaraan reklame, bagaimana status penyelenggaraan reklame, penetapan pembayaran dan penagihan pajak reklame yang terutang sesuai dengan ketentuan yang berlaku, perusahaan periklanan atau biro reklame.

Pengawasan penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pelayanan Pajak terbagi dua bentuk penyelenggaraan, seperti, penyelenggaraan reklame baru dan penyelenggaraan reklame perpanjangan (lama).

1. Bentuk pengawasan reklame baru terdiri dari :

- Aspek dimensi atau ukuran bidang reklame
- Aspek ketinggian pemasangan
- Aspek pesan reklame yang disajikan pada bidang reklame terpasang
- Penempatan penning atau tanda reklame lainnya yang terpasang
- Pencantuman nama perusahaan jasa periklanan atau biro reklame pada penyelenggaraan reklame

Pengawasan reklame baru ini lebih memperhatikan kepada aspek kesesuaian dengan syarat-syarat yang diajukan. Pada penyelenggaraan reklame baru, pengawasan dilakukan untuk memastikan apakah objek reklame yang tertulis pada surat izin sudah sesuai dengan yang ada di lapangan. Pengawasan ini memastikan kejujuran dari pihak wajib pajak itu sendiri.

2. Bentuk-bentuk pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame perpanjangan atau reklame lama, terdiri dari :

- Kepemilikan penyelenggaraan reklame
- Berakhirnya masa izin
- Aspek dimensi atau ukuran bidang reklame
- Aspek ketinggian pemasangan
- Aspek pesan reklame yang disajikan pada bidang reklame terpasang
- Kondisi reklame
- Penempelan penning atau tanda reklame lainnya yang terpasang
- Pencantuman nama perusahaan jasa periklanan atau biro reklame pada penyelenggaraan reklame

Pengawasan reklame lama ini merupakan pengawasan yang dilakukan untuk memeriksa keadaan reklame itu sendiri. Dari segi administratif melihat pada masa berlakunya reklame itu sendiri dan segi penyelenggaraannya pengawasan melihat dari objeknya itu sendiri. Kondisi reklame yang sudah tidak baik maka akan dilakukan penertiban dengan koordinasi pihak-pihak terkait.

Apabila dalam penemuan di lapangan terdapat penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai dengan peraturan maka pemerintah berhak untuk mengambil suatu tindakan untuk menertibkan. Penemuan di dalam pengawasan baik berupa reklame yang masih baru atau reklame yang sudah lama akan ditertibkan dengan melibatkan instansi-instansi yang terkait. Penertiban reklame dilakukan terhadap setiap penyelenggaraan reklame apabila:

- Tanpa izin
- Telah berakhir masa izinnya dan tidak diperpanjang sesuai ketentuan yang berlaku

- Tanpa peneng/tanda pelunasan pajak
- Terdapat perubahan, sehingga tidak sesuai lagi dengan izin yang telah diberikan
- Perletakkannya tidak sesuai pada titik reklame yang telah ditetapkan dalam gambar tata letak bangunan (TLB)
- Tidak sesuai lagi dengan rekomendasi konstruksi
- Tidak terawat dengan baik

Penyelenggaraan reklame terbagi dua wilayah sebagai tempat untuk memasang reklame tersebut, yaitu di lahan atau wilayah milik pemerintah dan wilayah milik swasta. Pada penyelenggaraan reklame di wilayah milik pemerintah dilaksanakan lelang terlebih dahulu untuk siapa wajib pajak yang akan menggunakan lahan tersebut. Penyelenggaraan reklame ini sudah ditentukan lokasinya oleh pemerintah daerah. Biasanya tempat penyelenggaraan reklame ini berada di tempat-tempat fasilitas umum, seperti halte, jembatan penyebrangan orang. Lalu yang kedua penyelenggaraan reklame di lahan swasta, maka wajib pajak harus mengurus prosesnya dari awal, seperti melewati, Dinas Pelayanan Pajak, Dinas Tata Ruang, dan Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan.

Jumlah reklame di DKI Jakarta dapat dikatakan jumlah yang cukup banyak. Ini merupakan dampak dari Jakarta adalah pusat perkantoran, pusat perdagangan, pusat pemerintahan sehingga banyak orang lalu lalang di jalan raya. Mereka berlalu lalang mulai pagi hingga hingga malam hari tiba. Mobilisasi pun tinggi di Ibu Kota Indonesia. Kondisi mobilisasi tinggi ini dimanfaatkan pihak-pihak tertentu untuk menggunakan jasa reklame. Berikut Jumlah Reklame Terbit di Provinsi DKI Jakarta.

**Tabel 5.1 Jumlah Reklame Terbit di Wilayah Pemerintah dan Wilayah Swasta**

No	Tahun	Persil Pemda	Persil Swasta
1	2007	1.328	357.092
2	2008	1.590	494.701
3	2009	1.759	362.173
4	2010	811	263.490
5	2011	1.655	224.304

Sumber : Dinas Pelayanan Pajak

Jumlah yang tertera pada tabel 5.1, merupakan jumlah yang dapat dikatakan tidak sedikit. Ada ribuan reklame yang tersebar di Jakarta. Dalam penyelenggaraan reklame tidak menutup kemungkinan untuk terjadi penyimpangan di lapangan. Ketidaksesuaian penyelenggaraan reklame dengan SKPD yang diterbitkan, seperti peletakkan titik yang tidak sesuai dengan izin yang diberikan oleh dinas tata ruang, kelayakan konstruksi sudah tidak lagi aman, ketidaksesuaian iklan yang tertayang. Oleh karena itu, pengawasan perlu dilaksanakan dalam mendukung tercapainya tujuan dan ketertiban di lapangan. Selain itu pengawasan bukan hanya untuk mengawasi reklame yang sudah terdaftar seperti data reklame di atas. Namun juga, pengawasan dilakukan terhadap reklame-reklame liar yang merugikan pemerintah maupun masyarakat yang terganggu dengan kesemrawutan reklame dan aspek keamanan dari reklame itu sendiri.

Pada saat pengawasan dilapangan apabila terdapat reklame yang bermasalah maka, pemerintah daerah akan mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan, seperti pemberian surat peringatan satu. Jika tidak dihiraukan oleh wajib pajak maka pemerintah mengeluarkan surat peringatan dua setelah itu pemerintah memberikan surat perintah bongkar sendiri. Banyak jenis-jenis reklame yang tidak menutup kemungkinan bermasalah dan memerlukan pengawasan seperti, reklame baru, reklame lama, dan reklame liar.

Dalam pelaksanaannya apabila terdapat reklame liar yang ada di wilayah-wilayah milik pemerintah daerah. Dalam pengawasan dilakukan pengecekan dengan data yang ada apakah sudah sesuai atau belum. Pengawasan dilakukan di tempat-tempat yang merupakan hak dari pemerintah daerah, seperti trotoar, halte, jembatan penyeberangan, dll. Jika terdapat reklame yang tidak sesuai seperti, masa yang sudah habis, ukuran tidak sesuai, tulisan yang tidak sesuai maka akan segera ditindak dengan cara pemberian surat peringatan 1, surat peringatan 2 dan surat perintah bongkar sendiri (SPBS).

Di wilayah swasta apabila dalam pelaksanaan pengawasan ditemukan reklame yang tidak memiliki izin maka tetap diteribkan. Walau reklame tersebut ada di dalam wilayah gedung itu sendiri tetap dilaksanakan penertiban walau wajib pajak tetap mau bayar pajaknya. Hal ini semata-mata untuk meningkatkan fungsi regulerend walaupun fungsi budgeteirnya terkalahkan demi terciptanya suatu ketertiban. Seperti yang dikatakan oleh Edi selaku Kepala UPPD,

*“Thadap reklame yang menyangkut nama gedung itu seperti menara sudirman, itu kan persil swasta milik mereka sendiri namun harus ada perizinan dari tata ruang, kalau tidak ada dari tata ruang kita tetap melakukan penertiban walau wajib pajak bayar pajak tapi ini kalau tidak ada izin dari tata ruang tidak keluar tetap dilakukan pembongkaran sisi pajak terabaikan karena kenapa karena kan fungsi regulerend yang dikedepankan.”*

Hal ini sesuai dengan pengawasan yang dikatakan oleh Rachman adalah :

1. Untuk mengetahui apakah segala sesuatu berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan ;
2. Untuk mengetahui apakah segala sesuatu telah berjalan sesuai dengan instruksi serta prinsip-prinsip yang telah ditetapkan ;
3. Untuk mengetahui apakah kelaamanan-kelaamanan serta kesulitan-kesulitan dan kegalan-kegagalannya, sehingga dapat diadakan perubahan-perubahan untuk memperbaiki serta mencegah pengulangan kegiatan-kegiatan yang salah ;



4. Untuk mengetahui apakah segala sesuatu berjalan efisien dan apakah tidak diadakan perbaikan-perbaikan lebih lanjut, sehingga mendapat efisiensi yang lebih benar.

Dalam penjabaran diatas, peneliti berpendapat dalam pengawasan reklame dalam optimalisasi fungsi regulerend sesuai dengan yang dikatakan oleh Arifin Abdul Rachman. Dalam pelaksanaan pengawasannya oleh petugas – petugas dilapangan, petugas menyesuaikan titik lokasi reklame yang tertulis pada surat izin. Selain itu, petugas juga memeriksa apakah konstruksi bangunan yang sudah berdiri sesuai dengan yang ditetapkan dalam surat izin yang sudah diberikan. Petugas memeriksa kenyataan reklame yang terpasang dilapangan dengan membawa surat tugas yang diberikan kepada petugas. Hal ini merupakan langkah-langkah yang terus menerus dilaksanakan pemerintah daerah dalam upaya pelaksanaan ketertiban dalam penyelenggaraan reklame sehingga fungsi regulerend dapat ditingkatkan.

Dalam pengawasannya pun terhadap fungsi regulerend terdapat 2 bentuk yaitu, bentuk terhadap reklame tetap dan reklame yang bersifat sementara. Didalam pengawasan reklame yang tetap, pemerintah mengagendakan setahun 2 kali dan ini terkoordinasi dengan pihak-pihak terkait dan mempunyai anggaran yang direncanakan. Selain itu bentuk pengawasan juga dilakukan terhadap reklame yang tidak tetap yang dilakukan setiap bulan. Pengawasan reklame tidak tetap ini dilakukan semata-mata untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak agar memenuhi peraturan sehingga ketertiban dalam penyelenggaraan reklame sehingga keindahan kota dapat terjaga dengan semrawutnya reklame liar yang terpasang di sudut-sudut kota Jakarta. Terkait dengan reklame tidak tetap yang ada di fasilitas-fasilitas pemda seperti trotoar, taman, maka langsung ditertibkan tanpa diberitahukan. Perihal langsung ditertibkan tanpa adanya surat peringatan maka langsung ditertibkan karena bersifat sementara.

Pengawasan dilakukan setiap hari dengan instruksi surat tugas setiap bulannya. Dalam pengawasannya petugas mencatat dan mendata reklame yang akan ditertibkan. Namun terkait dengan reklame yang dapat ditertibkan secara langsung maka akan langsung sitertibkan. Hal ini mengingat kecepatan tindakan

dari petugas pengawas dalam menegakan fungsi regulerend agar reklame tidak membuat Kota Jakarta menjadi kumuh dengan reklame di mana-mana.

Di dalam pengawasannya, untuk mengoptimalkan fungsi regulerend ada beberapa kriteria yang dilihat. Pengawasan ditujukan kepada reklame yang sudah mempunyai izin, seperti izin titik-titik atau letak dimana reklame itu dipasang, bagaimana kelayakan konstruksinya, dll. Dengan adanya pengawasan akan diperiksa apakah sudah sesuai dengan izin yang telah diberikan kepada wajib pajak. Hal ini terkait dengan reklame baru dan reklame lama. Apabila reklame itu baru maka pengawasan seperti memeriksa apakah penyelenggaraan sudah sesuai dengan izin yang diberikan. Terkait reklame lama maka diperiksa keadaan dari reklame itu sendiri. Selain itu pengawasan juga dilakukan terhadap reklame yang tak berizin atau dapat disebut juga reklame liar.

Pengawasan dilakukan oleh Dinas Pelayanan pajak sesuai SK 37 tahun 2000. Namun pengawasan hanya dilakukan oleh Dinas Pelayanan Pajak saja. Instansi terkait seperti Dinas Tata Ruang dan Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan diikutsertakan ketika terjadi penertiban. Pada saat penertiban instansi ini diikutsertakan terkait dengan izin-izin yang diterbitkan oleh instansi yang memberikan izin tersebut. Seperti yang dikemukakan Bambang Sukanton di Dinas Tata Ruang terkait dengan pengawasan di lapangan,

*“Sesuai dengan SK 37 tahun 2000, itu di dinas pelayanan pajak sebagai koordinatornya, lalu dia lah yang mengetahui dimana reklame yang tidak berizin, dia lah koordinator nya, di tingkat walikota, dia lah yang bergerak, dia yang menginvestigasi, dia memeriksa reklame apakah itu bersifat permanen atau bersifat sementara, seperti ada bazar, nah itu kan perlu media seperi reklame.”*

Peninjaun instansi terkait sesuai dengan keahlian di bidang masing-masing. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya pencapaian fungsi regulerend karena Dinas Pelayanan Pajak kurang memahami teknis reklame itu sendiri. Misalnya, berkaitan dengan konstruksi, Dinas Pelayanan Pajak kurang menguasai bagaimana kondisi reklame yang masih layak dan aman untuk tetap berdiri. Hal ini yang mengakibatkan robohnya reklame di awal tahun 2012. Koordinasi terkait hanya terjadi saat penertiban di lapangan sehingga antisipasi untuk reklame yang sudah

tidak memiliki kondisi yang baik kurang terkontrol. Dalam melakukan pengawasan sebaiknya dinas – dinas terkait perlu diajak untuk mengontrol reklame, khususnya reklame-reklame yang menggunakan konstruksi. Koordinasi ini perlu terjalin karena dalam melakukan pengawasan harus mengetahui baik aspek administratif maupun aspek penyelenggaraan reklame.

Pada saat penertiban reklame yang bersifat tetap maka Dinas Pelayanan Pajak dapat bekerja sama dengan pihak ketiga untuk melakukan pembongkaran. Pihak ketiga ini dimaksud adalah pihak yang dapat memberikan jasa dalam pembongkaran. Penentuan pihak yang memberikan jasa dilakukan secara lelang untuk siapa yang sanggup dan ingin bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk melakukan penertiban. Hal ini dilakukan karena pembongkaran reklame yang bersifat tetap membutuhkan tenaga ahli profesional dan alat-alat khusus untuk melakukan pembongkaran.

Pada pembongkaran di wilayah pemerintah daerah dilakukan pemeriksaan perizinan yang dimiliki, apabila wajib pajak tidak memiliki perizinan dan tidak meniatkan untuk mengurus izin maka reklame tersebut akan dibongkar namun apabila wajib pajak akan mengurus perizinan maka akan diberikan kesempatan waktu untuk melaksanakan perizinan. Jika reklame berada ada di wilayah milik sendiri atau swasta, maka kita akan mengenakan denda dan tidak melakukan pembongkaran dengan syarat reklame tersebut tidak melanggar estetika kota namun apabila melanggar estetika kota akan dilakukan pembongkaran. Dalam rangka optimalisasi fungsi regulasi yang dilakukan dengan cara pengawasan lalu berujung pada penertiban reklame tetap dapat menyelaraskan dengan fungsi budgetair atau tidak semuanya fungsi budgetair diabaikan. Hal ini karena pajak tetap dipungut selama reklame berdiri sampai reklame itu dibongkar. Namun dalam hal mengoptimalkan fungsi regulasi dari keindahan kota maka dalam hal penertiban, ada sejumlah wajib pajak yang meminta untuk tidak membongkar reklame dan dia akan membayar pajaknya juga kedepan tetap dilakukan penertiban. Dalam hal tetap nya melakukan penertiban karena reklame tersebut melanggar estetika kota, sehingga fungsi regulasi tetap diutamakan. Hal ini sesuai pernyataan dari Edi Kepala UPPD Kebayoran Baru,

*“Tapi dari reklame yang melanggar estetika kota dan belum punya izin tata letak walau dia mau bayar pajak kedepan tetep tidak bisa tetep kita bongkar namun pajak yang mundur kebelakang tetep kita tagih”.*

Gambaran di atas sesuai dengan pernyataan tentang fungsi regulerend yang merupakan aspek pertama yang perlu diperhatikan dalam penyelenggaraan pajak pada penyelenggaraan reklame. Hal ini disampaikan oleh Mahfud Sidik. Dalam pelaksanaan pemerintahan yang baik maka antara fungsi budgeteir dan regulerend harus mempunyai keseimbangan di keduanya. Oleh karena itu, sebelum pajak dipungut maka dibutuhkan kebijakan teknis dulu sebelum reklame itu diselenggarakan. Hal ini dalam berkenaan upaya fungsi regulerend agar tercipta keindahan estetika kota dan keamanan kota. Seperti hasil dari wawancara dengan Mahfud Sidik :

*“Disini kan tadi ada reklame yang bermasalah, kan itu merusak estetika, maka yang keluar duluan adalah kebijakan aspek teknis. Hal ini mempunyai tujuan, hal ini ada tujuan bernegara, dalam kasus ini, ada tujuan pemerintah daerah, salah satunya keindahan kota, oleh karena itu papan nama, spanduk tidak boleh sembarangan, oleh karena itu ada unit yang menangani seperti unit ketertiban, nah setelah itu aspek teknisnya maka kemudian baru kita bicara dampaknya terhadap pajak.”*

Di dalam pelaksanaan pengawasan, sejak tahun 2011 sudah terbantu dengan adanya Unit Pelayanan Pajak Daerah yang dibentuk dengan SK Gubernur no 29 Tahun 2011. UPPD diletakkan pada setiap kecamatan yang ada di Provinsi DKI Jakarta. Dengan adanya unit ini maka pelaksanaan pengawasan terhadap reklame akan semakin dekat dengan lapangan karena cakupan semakin sempit. Sebelum adanya unit ini pengawasan hanya sampai suku dinas. Hal ini membuat pengawasan menjadi tidak fokus karena jauhnya jangkauan pengawasan. UPPD merupakan perpanjangan tangan dari Dinas Pajak Daerah. UPPD berwenang di wilayah yang ia duduki yaitu di tingkat kecamatan. Pada saat ini ada 43 kecamatan yang tersebar di Jakarta.

**Tabel 5.2 Jumlah Unit Pelayanan Pajak Daerah**

No.	Wilayah	Jumlah
1	Jakarta Pusat	8
2	Jakarta Utara	7
3	Jakarta Timur	10
4	Jakarta Barat	8
5	Jakarta Selatan	10

Sumber : Dinas Pelayanan Pajak Daerah

Dengan banyaknya UPPD yang tersebar maka membantu dalam pelaksanaan pengawasan. Aparat semakin dekat dengan objek-objek reklame yang ada dilingkungannya. Pengawasan akan semakin lebih terkendali karena petugas-petugas lebih mengenal atau lebih hafal tempat-tempat mana saja yang menjadi tempat yang potensial untuk reklame yang ilegal atau reklame yang bermasalah. Petugas akan lebih mudah mengontrol karena menimbang aspek perjalanan pengawasan lebih cepat dengan lokasi wilayah tugas lebih kecil. UPPD ini menandakan pengawasan terhadap reklame-reklame baik legal maupun ilegal akan semakin terkendali. Pengawasan akan semakin meningkat sehingga akan mendekati dengan tujuan penyelenggaraan pemerintahan dalam hal penyelenggaraan reklame. Keindahan estetika kota dan keamanan reklame akan lebih mudah dikendalikan. Manfaat adanya UPPD dalam pengawasan juga disampaikan Bapak Edi selaku Kepala UPPD Kecamatan Kebayoran Baru,

*“saya kasih ilustrasi, anda bekerja mengawasi dengan orang 12 orang atau 15 orang mengawasi seluruh wilayah kota, kira-kira jangkauannya lebih baik mana dengan setiap wilayah kecamatan satu orang. Salah satunya kenapa dibentuk pada saat yang lalu, reklame2 kecil tidak terjangkau sehingga pajak dan estetika kota terganggu. Karena orang yang bekerja di walikota kan skupnya luas sementara orangnya terbatas sehingga dikhususkan setiap kecamatan. Bagaimana terjangkau maka dibentuklah Unit Pelayanan Pajak Daerah (UPPD) sampai tingkat kecamatan. Adanya UPPD membantu pelayanan lebih dekat dengan masyarakat sehingga biaya masyarakat lebih kecil dan mengurangi penuh di walikota dan dari segi*

*pengawasan, dulu orang walikota ini bertugas mengawasi seluruh kecamatan sekarang tiap-tiap kecamatan dan UPPD spesialisasi mengawasi di kawasan wilayahnya saja. Setiap hari ada tugas kecamatan yang tugas nya mengawasi dan mendata, dia berkeliling, jika ada reklame baru yang dikonfirmasi ke kantor lalu belum ada perizinan maka dilakukan penertiban. Coba kalo walikota, dia harus keliling walau dibagi-bagi tapi ga ada kekhususan kan sumber daya manusianya terbatas. Kalo tadi di kecamatan walau sumber daya manusianya terbatas tapi skup nya lebih kecil kan lebih terjangkau, dampak nya kalo ga ada UPPD tadi pelayanan yng kurang maka potensial lost lebih besar. Masyarakat yang mau bayar pajak karena jauh jadi tidak bayar pajak, lalu pengawasan yang lemah masyarakat juga menghindar dari kepatuhan perpajakan. Tapi sekarang dengan adanya UPPD maka pengawasan akan dilakukan terus menerus sehingga petugas dengan seketika dan cepat mengupdate pertumbuhan reklame jika ada reklame baru karena yang di awasi hanya wilayah kecamatan dan koordinasi dapat langsung oleh pihak kecamatan. Jadi UPPD dapat meningkatkan pengawasan.”*

Dalam pengawasan reklame terdapat pengawasan yang dilakukan setiap bulan. Petugas mencatat dan mendata reklame-reklame yang perlu ditertibkan. Pada setiap bulannya petugas turun kelapangan. Apabila terdapat reklame yang bisa langsung ditertibkan maka akan langsung ditertibkan sesuai dengan kemampuan yang ada pada waktu pengawasan berlangsung. Pada saat penertiban terhadap reklame yang bersifat tetap maka Dinas Pelayanan Pajak melibatkan instansi-instansi terkait, seperti, Dinas Tata Ruang, Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan. Dalam pelaksanaan pengawasan dilapangan petugas dinas pelayanan satpol PP, unsur kecamatan, unsur suku dinas dan unsur kepolisian sektor wilayah. Pengawasan dan penertiaban ini dilakukan paling tidak 2 kali setiap tahun dan mempunyai anggaran yang direncanakan berdasarkan hasil temuan pada saat pengawasan setiap bulan yang dilakukan Dinas Pelayanan Pajak melalui UPPD nya di setiap kecamatan.

Dengan adanya UPPD ini memberikan kontribusi yang baik dalam pengawasan dan dalam rangka meningkatkan fungsi regulerend yang bertujuan untuk membuat kota lebih rapih, aman, dan terkendali. Dalam menyempurnakan bentuk

pengawasan maka bentuk penertiban perlu dilaksanakan untuk menegakkan fungsi regulerend. Dalam melaksanakan penertiban Dinas Pelayanan Pajak memerlukan koordinas dengan instansi-instansi yang terkait. Instansi tersebut adalah :

1. Unsur Sudin Penertiban dan Pengawasan Bangunan Kota Administrasi Jakarta Selatan
2. Unsur Sudin Tata Ruang Kota Administrasi Jakarta Selatan
3. Unsur Kepolisian Resort Jakarta Selatan
4. Unsur Satuan Polisi Pamong Praja Kota Administrasi Jakarta Selatan
5. Unsur Sudin Pemadam Kebakaran Kota Administrasi Jakarta Selatan
6. Unit Pelayanan Pajak Daerah Wilayah Sudin Pelayanan Pajak 1 Jakarta Selatan

Koordinasi merupakan suatu hal yang penting dalam pelaksanaan dilapangan. Koordinasi dibutuhkan karena setiap setiap instansi terkait memiliki batasan dalam ilmu atau keahlian yang dimiliki. Tugas dan pokok pun berbeda di setiap instansi terkait sehingga peran dalam penyelenggaraan reklame juga memiliki batasan-batasan sesuai keahlian. Oleh karena itu pelaksanaan pengawasan dan penertiban melibatkan instansi terkait seperti Dinas Tata Ruang, Dinas Penertiban dan Pengawasan Bangunan, Satuan Polisi Pamong Praja dan lain-lain. Selain itu dalam hubungannya dengan pengawasan dan pembongkaran perlu melibatkan instansi seperti Dinas Tata Ruang sebagai instansi yang memiliki fungsi untuk mengatur keindahan kota berupa pemberian izin titik letak reklame. Dan Dinas Pengawasan dan Pembongkaran Reklame sebagai instansi yang memberikan izin berupa Izin Mendirikan Bangun Bangunan Reklame (IMMBR) sehingga mengetahui kelayakan konstruksi tersebut. Koordinasi ini merupakan hal yang penting seperti yang dikatakan oleh Bapak Mahfud Sidik.

*“koordinasi menjadi penting, dinas pajak jangan bekerja sendiri, harus ada kerjasama, karena reklame melibatkan beberapa instansi terkait dalam hal pengendaliannya yang memberikan izin sebelumnya.”*

Koordinasi ini memastikan dalam melakukan tindakan penertiban tidak menyimpang dari peraturan berupa izin yang diterbitkan. Kordinasi ini dapat memberikan kejelasan tentang kondisi objek reklame yang akan dibongkar.

Dengan koordinasi dapat mengarahkan dan mengintegritaskan kegiatan seluruh instansi terkait untuk memberikan sumbangan yang maksimal untuk tercapainya tujuan tertentu, dalam penyelenggaraan reklame berupa keindahan kota dan keamanan reklame. Berikut data hasil kontribusi UPPD Jakarta sejak berdirinya tahun 2011.

**Tabel 5.3**  
**Hasil Pengawasan dan Penertiban Reklame Tahun 2011**

No.	Unit Yang Menertibkan		Jumlah Ditertibkan						
			Billboard	Baliho	Umbul	Banner	Spanduk	Bendera	Pamflet
1	Jakarta Pusat		21	40	736	56	1.426	2.459	395
	a	UPPD Kecamatan Gambir				8	49		
	b	UPPD Kecamatan Sawah Besar		1	21		7	42	
	c	UPPD Kecamatan Kemayoran					122	431	90
	d	UPPD Kecamatan Senen		6	44		208	127	15
	e	UPPD Kecamatan Cempaka Putih	21	4	34		574	210	42
	f	UPPD Kecamatan Menteng		25	617		297	849	248
	g	UPPD Kecamatan Tanah Abang			20	8	130	800	
	h	UPPD Kecamatan Johar Baru		4		40	39		
2	Jakarta Utara		3	37	881	18	1.707	531	806
	a	UPPD Kecamatan Kelapa Gading	1	19	75		57		21
	b	UPPD Kecamatan Penjaringan		1			102		
	c	UPPD Kecamatan Tanjung Priok		4	182	18	624	47	315



	d	UPPD Kecamatan Koja		5	5		311	205	194
	e	UPPD Kecamatan Cilincing	2	2	156		195		271
	f	UPPD Kecamatan Pademangan		4	463		415	279	5
	g	UPPD Kecamatan Kep. Seribu		2			3		
3		Jakarta Timur	2	108	600	495	3.029	1.986	352
	a	UPPD Kecamatan Matraman	1		120	70	71	891	18
	b	UPPD Kecamatan Jatinegara		2			585		170
	c	UPPD Kecamatan Kramat Jati	1	76	239		348	288	120
	d	UPPD Kecamatan Cakung		1	31	19	213	101	
	e	UPPD Kecamatan Pulo Gadung		11	163	406	689	706	29
	f	UPPD Kecamatan Pasar Rebo			10		118		
	g	UPPD Kecamatan Duren Sawit		17			375		2
	h	UPPD Kecamatan Makasar					24		
	i	UPPD Kecamatan Ciracas		1	2		128		
	j	UPPD Kecamatan Cipayung			35		478		13
4		Jakarta Barat	2	12	4	31	3.695	480	549
	a	UPPD Kecamatan Cengkareng				25	815		207
	b	UPPD Kecamatan Tambora					986	218	83

	c	UPPD Kecamatan Taman Sari					209		
	d	UPPD Kecamatan Kebon Jeruk		10	2	6	190	73	
	e	UPPD Kecamatan Kalideres		2			642		143
	f	UPPD Kecamatan Pal Merah			2		485	135	20
	g	UPPD Kecamatan Kembangan					125		96
	h	UPPD Kecamatan Grogol Petamburan	2				243	54	
5		Jakarta Selatan	4	427	266	425	3.342	4.503	2.448
	a	UPPD Kecamatan Kebayoran Baru	2	11	81	205	837	387	1.103
	b	UPPD Kecamatan Cilandak		7		18	139	25	
	c	UPPD Kecamatan Tebet		10		186	368	160	506
	d	UPPD Kecamatan Mampang Prapatan		5			156	790	
	e	UPPD Kecamatan Pesanggrahan		9	19		67	91	
	f	UPPD Kecamatan Jagakarsa		392			38	495	409
	g	UPPD Kecamatan Setia Budi	1	4			220	1.515	
	h	UPPD Kecamatan Kebayoran Lama	1	3	50	4	341	592	304
	i	UPPD Kecamatan Pancoran		24	114	12	537	315	126
	j	UPPD		7	2		639	133	

		Kecamatan Pasar Minggu							
		TOTAL REKLAME YANG DITERTIBKAN	32	669	2.487	1.025	13.199	9.959	4.550

Tabel 5.3 menunjukkan hasil pengawasan dan penertiban yang dilakukan sampai tingkat UPPD. Hal ini menjadi hal positif bagi terselenggaranya fungsi regulasi karena keindahan kota dapat tetap terjaga. Selain itu tingkat kepatuhan wajib akan meningkat karena mereka akan merasa jera dengan adanya pengawasan dan penertiban ini. Wajib pajak akan jera dengan pengawasan dan penertiban ini karena mereka merugi karena wajib pajak sudah mengeluarkan biaya untuk penyelenggaraan reklame. Selain itu biro jasa penyelenggaraan reklame juga akan ditegur oleh klien mereka karena iklan yang mereka pasang tidak menunjukkan hasil yang maksimal dari pemanfaatan jasa reklame. Dengan kondisi seperti ini mereka akan lebih tertib dan hal ini akan berujung kepada keindahan kota dan keamanan yang diinginkan pemerintah akan mendekati tujuan.

Dengan melihat hasil pengawasan dan penertiban reklame reklame di atas setidaknya reklame yang liar akan berkurang dan keindahan kota akan terjaga. Di sisi lain tingkat kepatuhan wajib pajak dapat ditingkatkan dengan penertiban tersebut. Pelaksanaan ini akan menimbulkan efek jera kepada wajib pajak yang tidak patuh karena mengalami kerugian apabila reklame ditertibkan baik pengusaha jasa reklame maupun orang yang menggunakan jasa pengusaha reklame atau klien. Pelaksanaan ini juga akan meningkatkan pengendalian terhadap keindahan kota dan keamanan reklame itu sendiri sehingga tujuan penyelenggaraan reklame yang tetap menjaga keindahan kota dan keamanan akan dapat lebih terkendali dengan adanya efek jera tersebut.

Hasil pengawasan dan penertiban yang dilakukan di atas merupakan wujud dari penegakan fungsi regulasi seperti yang disampaikan oleh Edi selaku Kepala UPPD,

*“Tapi dari reklame yang melanggar estetika kota dan belum punya izin tata letak walau dia mau bayar pajak kedepan tetap tidak bisa tetap kita bongkar namun pajak yang mundur kebelakang tetap kita tagih.”*

Fungsi regulerend tetap dikedepankan walau wajib pajak akan membayar pajak ke depannya. Namun hal ini tidak dapat selama wajib pajak melanggar estetika kota dan tidak memiliki izin. Dengan pelaksanaan ini, maka fungsi regulerend dapat di manfaatkan oleh aparaturn pemerintah dalam mencapi tujuan keindahan kota tetap terjaga. Apabila pajak tidak dipungut dengan alasan melanggar peraturan karena tidak mendapat izin dari dinas terkait, seperti Dinas Tata Ruang dan Pengawasan dan Penertiban Bangunan maka reklame tersebut akan menjadi ilegal. Hal ini membuat reklame tersebut akan menjadi ilegal dan tidak boleh tayang sehingga akan berpengaruh kepada sisi penerimaan pajak. Pajak tidak boleh dipungut karena reklame itu ilegal dan tidak boleh tayang. Di sisi lain Penerimaan Asli Daerah (budgeteir) akan menurun tetapi sisi dari fungsi regulerend akan berperan dalam mengendalikan sesuatu yang ingin dicapai pemerintah, yaitu salah satunya keindahan kota itu sendiri.

### **5.3 Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dalam Pengawasan Dalam Rangka Optimalisasi Fungsi Regulerend**

Dalam pengawasan reklame memiliki kendala, salah satunya adalah tingkat kepatuhan wajib pajak itu sendiri. Masih kurang kepatuhan wajib pajak menjadi sebab masih banyaknya reklame yang ilegal dan bermasalah. Setiap sudut kota Jakarta merupakan tempat yang berpotensi bagi reklame-reklame untuk terpasang. Setiap sudut Jakarta merupakan peluang bagi pengguna reklame untuk mengiklankan produk-produk mereka atau jasa-jasa mereka. Tidak hanya itu, reklame yang terpasang pun bukan hanya bersifat komersil, namun juga bersifat non komersil. Banyak pihak-pihak yang tidak menginginkan keuntungan berupa uang turut meramaikan reklame di Kota Jakarta.

Pihak-pihak yang tidak menggunakan reklame dengan tujuan komersil merupakan hal yang sudah menjadi biasa dalam penyelenggaraan reklame. Di Jakarta merupakan tempat dari hampir seluruh pusat kegiatan. Seperti kegiatan hiburan, kegiatan promosi suatu produk, kegiatan keagamaan, kegiatan berpolitik,dll. Reklame ini digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat sehingga mereka tertarik atau ikut serta sesuai dengan pesan yang disampaikan pada reklame.

Oleh karena itu pengawasan terhadap ketertiban reklame merupakan hal yang rumit untuk dilaksanakan. Ada beberapa aspek dari masalah itu sendiri. Yaitu aspek internal dan aspek eksternal. Pertama yang akan di bahas oleh penulis adalah aspek internal. Dalam menggambarkan aspek internal, penulis menggambarkan aspek internal merupakan si pengawas itu sendiri. Pengawas melakukan pelaksanaan pengawasan setiap harinya dengan membawa surat tugas dan data reklame yang sudah terdaftar.

Apabila dalam penyelenggaraan reklame tidak dilakukan secara intensif maka Kota Jakarta akan terlihat kumuh dengan reklame yang berkeliaran dengan tidak tertib. Oleh karena itu dibutuhkan suatu pengawasan yang memadai. Dalam melakukan pengawasannya, pengawas memiliki hari kerja yang terbatas. Petugas memiliki kerja yaitu hari senin sampai dengan jumat. Hal ini pun diatasi dengan menambahkan hari kerja atau lembur kepada pegawai secara bergantian. Namun hal ini mengalami kendala, yaitu tidak semua pegawai dapat bekerja pada hari sabtu atau minggu untuk melakukan pengawasan. Kejadian ini, menjadikan masalah waktu dalam pengawasan reklame agar dapat menertibkan reklame yang bermasalah sehingga keindahan kota, dan estetika kota tetap terjaga. Keadaan ini seperti yang dikatakan Bapak Edi selaku Kepala UPPD dari Kecamatan Kebayoran Baru,

*“kendala secara umum, kalo yang perlawanan dari masyarakat bisa diimbangi, masalah lain, luas wilayah dan ketersediaan personil tidak seimbang dan banyak reklame yang sudah terpasang beberapa hari ada juga yang sebulan kita tidak terjangkau pengawasannya karena pegawainya kurang. Lalu reklame yang bersifat isedental, mereka biasanya melakukan hari-hari libur, seperti jumat malam, malam sabutu, sedangkan petugas tidak semuanya bisa bekerja di hari-hari libur, hanya beberapa orang yang bisa secara bergiliran.”*

Pengawasan di lapangan tidak mudah untuk dilaksanakan. Seperti yang digambarkan di atas terjadi permainan seperti permainan kucing-kucingan. Menurut peneliti ini merupakan akibat dari kurangnya kesadaran wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sehingga fungsi pajak regulend itu sendiri tidak dapat berjalan. Semakin banyak nya wajib yang tidak patuh maka

akan berbanding lurus dengan semrawutnya keindahan Jakarta. Hal ini akan ditambah dari lemahnya pengawasan yang dilakukan oleh petugas. Dalam pelaksanaannya petugas yang mengawasi reklame tidak selalu fokus terhadap penyelenggaraan reklame. Ketidak fokuskan pengawasan reklame karena keterbatasan petugas itu sendiri karena dengan jumlah petugas atau pegawai yang terbatas dan petugas tidak hanya melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame. Petugas masih memiliki kewajiban mengawasi objek pajak daerah lainnya. Hal ini mengakibatkan tidak fokusnya dalam pengawasan reklame. Kondisi ini pun dimanfaatkan oleh para wajib pajak yang tidak patuh untuk menyelenggarakan reklame dimana saja mereka mau tanpa menghiraukan estetika kota dan keamanan di sekitar reklame itu berada.

Dalam aspek eksternal, peneliti menggambarkan masalah terjadi ketika pengawasan reklame berhadapan dengan wajib pajak dan orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaan dilapangan. Ketika pelaksanaan berlangsung, petugas memiliki hambatan dengan penjaga-penjaga reklame atau disebut juga preman bayaran. Ketika ingin melakukan pengawasan dan penertiban tidak menutup kemungkinan petugas berhadapan dengan preman-preman yang disewa untuk menjaga reklame agar tetap berdiri. Disinilah terjadi bentok kepentingan. Petugas berkepentingan untuk mengawasi dan menertibkan reklame agar fungsi reulerend tetap terjaga dan preman-preman juga memiliki tanggung jawab kepada si pembayar untuk melindungi iklan-iklan yang terpasang di reklame. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Edi Selaku Kepala UPPD dari Kecamatan Kebayoran Baru,

*“kendalanya ada perlawanan dari mereka pada saat pembongkaran, namun kita mempunyai strategi untuk melakukan pada saat diluar luar jam sibuk, kita melakukan malam hari, seperti jam 1 jam 2 atau jam 4. Kita melakukan juga sama seperti yang mereka lakukan mereka melakukan reklame ilegal tanpa pengetahuan kita dan kita pun melakukan pengawasan dan penertiban pada saat mereka tidak tau. Kita menghindari melakukan pada siang hari, agar tidak terjadi bentrokan dengan preman-preman yang mereka sewa, juga kita menghindari mobilitas, kepadatan, dan kepentingan masyarakat lain. Dan kita tetap kita di back up sama satpol dan lain-lain. Mereka juga pinter,*

*kalo mereka bayar pajak katakanlah harus sampai satu juta rupiah, lalu dia cetak reklame biaya nya seratus ribu, lalu mereka cetak sampai lima buah, lalu mereka titip sama pedagang rokok kalo satu ketangkep satu lagi dipasanganin lagi sama tukang rokok tadi.”*

Pernyataan di atas menandakan masih tingginya tingkat daya tarik dalam pemanfaatan reklame sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu tujuan untuk menginformasikan suatu produk kepada calon konsumen. Wajib pajak menggunakan cara-cara kotor untuk melaksanakan penyelenggaraan reklame dan akan berakibat kotornya pemandangan di Jakarta. Penyewaan preman membuktikan bahwa rendahnya kepatuhan wajib pajak untuk mematuhi dengan peraturan yang sesuai.

Menurut peneliti sebaiknya dikenakan *law enforcement* terhadap wajib pajak yang melakukan penghindaran-penghindaran dari peraturan yang sudah ditetapkan secara terus menerus selama ia melanggar dan tegas. Law enforcement harus menjadi tombak dalam melakukan pengawasan dan penertiban di lapangan karena dapat menimbulkan efek jera kepada wajib pajak yang melanggar. Pemberian sanksi yang secara terus menerus dengan tegas maka wajib akan akan berpikir untuk mematuhi peraturan yang berlaku karena wajib pajak akan semakin rugi dengan membayar sanksi dan reklamennya pun dibongkar. Hal ini akan merugikan wajib pajak dua kali lipat. Pelaksanaan *law enforcement* ini sangat diperlukan terhadap banyaknya jumlah wajib pajak yang ada di Jakarta ini. Penegakan hukum ini juga akan mengendalikan reklame yang semakin hari semakin banyak dengan berbanding lurus dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang. Berkembangnya perekonomian di Jakarta maka sebaiknya tidak mengembangkan reklame yang tidak taat peraturan juga. Hal ini juga disampaikan oleh bapak Alfiansah dari Dinas Pajak Daerah,

“Sangat penting sekali, karena reklame itu kan berhubungan dengan perekonomian yang selalu tumbuh, seperti banyak yang ada dipinggir jalan yang tumbuh, lalu hal ini perlu diatur kalo tidak bisa semrawut. Seperti yang balon, kalo meledak gaman, makanya perlu diatur selain ekonominya.”

Jadi penegakan *law enforcement* yang terus menerus dan tegas akan membuat wajib pajak jera dan akan memberi dampak keindahan kota dan keamanan reklame itu sendiri.

Selain masalah-masalah yang dijabarkan di atas disebutkan di atas ada juga reklame yang memasang reklame dengan memegang izin reklame A namun memasang reklame B. Hal ini merupakan ketidaksesuaian dengan SKPD yang diterbitkan. Hal ini menyimpang dari ketidaktertiban. Sebagai yang diberi mandat oleh SK 37 Tahun 2000 maka Dinas Pelayanan Pajak dengan jajarannya mengawasi dan menertibkan kasus-kasus seperti ini. Hal ini disampaikan oleh Bapak Richard di Suku Dinas Pelayanan Pajak 1 Walikota Selatan.

*“Saya ada contoh 2 3 kali saya bongkar, dia pasang lalu saya bongkar, dia pasang lagi, ya saya bongkar lagi. Kemarin itu hari sabtu saya bongkar. Dia kan pasang iklan izin A, tapi pasang iklan nya B. analogi nya seperti, missal nya mas naik motor tapi pake sim saya, trus mas langgar lalu lintas, lalu di tangkep polisi, lalu salah ga? Sam kayak reklame. Banyak wajib pajak kayak gitu dia pake izin teks nya beda, itu perlu kita awasin.”*

Gambaran di atas menunjukkan penting bentuk pengawasan di lapangan. Pengawasan dibutuhkan untuk memastikan kesesuaian yang terjadi. Pengawasan dapat menilai tingkat kepatuhan wajib pajak itu sendiri. Apabila pengawasan tidak dilakukan maka hal – hal yang tidak diinginkan bisa terjadi, seperti keindahan kota tidak terkendali dan keamanan reklame pun dapat menimbulkan bahaya di sekitar reklame itu terpasang. Dalam penerapan pelaksanaan pengawasan maka dibutuhkan kelanjutan dari bentuk pengawasan itu sendiri, yaitu bentuk penertiban. Penertiban ini merupakan langkah dari upaya penyempurnaan dari penerapan fungsi regulerend itu sendiri. Pelaksanaan penertiban tersebut merupakan langkah dari usaha penerapan fungsi regulerend.

Banyaknya reklame itu sendiri juga menjadi masalah dalam pelaksanaan pengawasan. Jumlah reklame legal di Jakarta sampai saat ini yaitu 225.959 reklame yang ada di daerah DKI Jakarta . Jumlah reklame ini tidak menutup kemungkinan adanya penyimpangan-penyimpangan atau pelanggaran yang terjadi. Seperti, ketidaksesuaian antara izin dengan kenyataan di lapangan, kondisi reklame itu sendiri yang sudah tidak dalam kondisi baik, peletakkan reklame pada



tempat-tempat terlarang, dll. Oleh karena itu, dibutuhkan pengawasan yang secara berkala dilakukan. Dengan adanya pengawasan, maka sesuai dengan arti pengawasan itu sendiri dapat memastikan tujuan yang ditetapkan dengan kenyataan penerapan di lapangan.

Selain angka yang disebutkan, masih ada reklame yang belum terdaftar atau dapat disebut reklame liar. Reklame liar ini dapat lebih menciptakan suatu kekhawatiran karena reklame ini dapat berada di mana saja atau sembarangan. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab Dinas Pelayanan Pajak dalam mengawasi reklame sesuai dengan SK Gubernur No 37 Tahun 2000. Hal ini tidaklah mudah di dalam pengawasan karena terbuka peluang untuk reklame-reklame yang ilegal ini terpasang. Hal ini dapat mengganggu tujuan adanya penegakan fungsi regulasi yang akan berdampak akan terganggunya keindahan kota maupun keamanan bagi lingkungan sekitar reklame itu berada. Selain jumlah reklame sebagai kendala dalam pengawasan juga terdapat kendala di dalam pelaksanaan pengawasan itu sendiri walaupun Unit Pelayanan Pajak Daerah sudah cukup membantu dalam hal pelaksanaan pengawasan di lapangan.

Di dalam pengawasan reklame sejak dikeluarkannya Sk Gubernur No 29 tentang berdirinya Unit Pelayanan Pajak Daerah yang mewakili setiap kecamatan di DKI Jakarta hal ini sedikit banyaknya membantu di dalam pengawasan reklame karena sebelum berdirinya unit ini pusat pengawasan ada di tingkat walikota DKI Jakarta. Dengan adanya unit ini maka perpanjangan tangan pemerintah semakin panjang sehingga dapat membantu dalam pengawasan penyelenggaraan reklame. Namun solusi ini pun mendapat masalah dengan pelaksanaannya mengingat banyaknya reklame yang ilegal dan ilegal yang siap terpasang di kota surga nya reklame ini. Di dalam pelaksanaannya terdapat sejenis permainan kucing-kucingan antara petugas Dinas Pelayanan Pajak dengan wajib pajak reklame itu sendiri. Seperti wajib pajak memasang reklame pada malam hari. Untuk menghadapi kendala seperti itu, maka Dinas Pelayanan Pajak berinisiatif dalam melaksanakan pengawasan pada hari-hari libur seperti pada hari sabtu dan hari minggu yang sudah disebutkan di atas. Namun dengan adanya ide dan pelaksanaannya juga mendapati kendala seperti tidak semua pegawai yang dapat

menyenggupi bekerja pada hari sabtu dan hari minggu sehingga menghambat dalam pelaksanaan pengawasan.

Banyaknya jumlah reklame yang ada di Jakarta sebanding lurus dengan jumlah pelanggaran dan permasalahan dalam penyelenggaraan reklame. Reklame juga terdiri dari berbagai jenis, seperti, billboard, umbul-umbul, baliho, dan lain-lain. Setiap reklame ini juga memiliki keunikan masalah masing-masing yang berbeda karena jenisnya yang berbeda. Permasalahan timbul karena ketidakpatuhan wajib pajak itu sendiri. Salah satu bentuk ketidakpatuhan adanya ketidaksesuaian izin yang diberikan dengan pelaksanaan dilapangan. Oleh karena itu bentuk pengawasan yang dilakukan pemerintah daerah DKI Jakarta cukup memerlukan biaya, waktu, dan tenaga sumber daya manusia.

Permasalahan selanjutnya berada pada integritas data yang ada di Dinas Pelayanan Pajak. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Selkian di UPPD Kebayoran Lama,

*“Reklame itu kan sifatnya isedntial , kalo misal dia 2 hari aja ga pasang , sabtu minggu, itu kan rugi bagi dia untuk pasang reklame. Sementara, masalah seperti misal kita ingin tau tentang informasi reklame. sekarang di Kebayoran Lama ada reklame ada reklame 24 meter kalo ada siapa yang ngawasin. Apa iya orang sudin muter terus. Misalnya bapak lagi pulang trus liat ada reklame di daerah utara, trus apa reklame ini legal saya kan ga tau karena integritasnya ga ada saya kan orang selatan. Saya kan orang selatan kalo saya mau tau informasi di timur gimana? Saya liat reklame ni ditimur terus sya mau tau trus saya buka data di sini, ya ga keluar. Makanya misal saya kan mau tau yang 12 meter ke atas saya ga ada datanya. Kan saya punya data yang 12 meter kebawah lalu bagaimana saya tau tentang yang 12 meter keatas.”*

Menurut peneliti, kondisi ini akan melemahkan pada pelaksanaan pengawasan itu sendiri. Karena dalam pelaksanaan pengawasan Dinas Pelayanan Pajak terbatas dengan integritas data di jajaran Dinas Pelayanan Pajak. Kurangnya informasi yang diperlukan dapat menurunkan optimalisasi dari fungsi regulerend karena untuk memastikan apakah objek reklame sudah sesuai dengan izin yang diterbitkan tidak diketahui oleh petugas di semua jajaran Dinas Pelayanan Pajak.

Tidak semua petugas dapat mengakses data untuk mengetahui informasi tentang reklame. Hal ini membuat pengetahuan petugas kurang memadai.

Sebaiknya Dinas Pelayanan Pajak memperbaiki integritas informasi di semua jajarannya. Integritas informasi baik di jajaran di wilayah Utara, Timur, Selatan, dan Barat perlu di perbaiki. Dengan integritas informasi maka setiap petugas yang sedang berada di wilayah yang bukan wewenangnya dapat memberitahukan kepada petugas lainnya yang berwenang di mana reklame bermasalah itu berada. Kondisi ini dapat meningkatkan integritas koordinasi antar jajaran Dinas Pelayanan Pajak sehingga dapat meningkatkan optimalisasi fungsi regulerend.

Selain itu dalam melakukan pengawasan, peneliti berpendapat sebaiknya tingkat perpanjangan tangan di panjangkan sampai tingkat kelurahan. Untuk menghemat biaya dalam pengawasan, pemerintah dapat memanfaatkan Polisi Pamong Praja dalam melakukan pengawasan mengingat Polisi Pamong Praja ini ada sampai tingkat kelurahan. Sistem data reklame juga harus mendukung sampai tingkat kelurahan agar dalam melakukan pengawasan, petugas di lapangan mengetahui informasi yang diperlukan terhadap objek-objek yang diawasi. Perpanjangan tangan diperlukan mengingat reklame merupakan suatu objek yang selalu berubah-ubah setiap waktu dan dapat berpindah-pindah setiap waktu. Objek reklame merupakan objek yang selalu berkembang dan bertambah setiap waktunya, misalnya saja, belakangan ini ada reklame baru seperti reklame dinding. Reklame dinding merupakan reklame yang memanfaatkan tembok rumah-rumah yang ada di pinggir jalan. Wajib pajak menggunakan jasa reklame ini karena mudah dalam penyelenggaraannya dan memiliki tempat atau titik-titik yang sangat banyak sepanjang terdapat rumah dipinggir jalan.

## **BAB 6**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Simpulan**

1. Pengawasan penyelenggaraan reklame merupakan pengawasan yang dilakukan terhadap pelaksanaan penyelenggaraan reklame di lapangan sudah sesuai atau belum dengan izin-izin yang sudah diberikan kepada wajib pajak. Penyelenggaraan reklame di DKI Jakarta dikoordinasikan oleh Dinas Pelayanan Pajak sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Nomor 37 Tahun 2000 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame. Koordinasi yang dilaksanakan berupa proses pemberian izin penyelenggaraan reklame dan penertiban penyelenggaraan reklame. Sejak tahun 2011, pelaksanaan pengawasan di lapangan semakin membaik karena pengawasan lebih dekat dengan adanya pembentukan UPPD di setiap kecamatan. Pengawasan lebih melekat di setiap wilayah sehingga objek reklame akan lebih dekat diawasi. Namun, masih ada kekurangan dalam melakukan pengawasan. Dalam melaksanakan pengawasan Dinas Pelayanan Pajak hanya bekerja sendirian dengan tidak beserta instansi terkait. Hal ini merupakan kelemahan dalam memenuhi fungsi regulend sehingga reklame liar masih terus berkembang dan keamanan dari reklame kurang terkendali.
2. Selain itu dalam melaksanakan pengawasan masih terdapat kelemahan pada sistem informasi Dinas Pelayanan Pajak. Data yang dimiliki oleh Dinas Pelayanan Pajak tidak terintegrasi satu sama lain. Keadaan ini membuat pelaksanaan pengawasan tidak optimal dan secara tidak langsung akan mempengaruhi fungsi regulend yang tidak berjalan dengan baik. Petugas yang menemukan reklame bermasalah di bukan wilayahnya akan menemukan kesulitan untuk memastikan apakah reklame itu benar-benar bermasalah. Petugas tidak memiliki data yang dapat memberikan informasi lengkap terhadap reklame yang dilihat menimbulkan keraguan apakah reklame tersebut benar-benar bermasalah dan memerlukan suatu tindakan.

## 6.2 Saran

Dalam pengawasan penyelenggaraan reklame, peneliti berpendapat :

1. Dalam pengawasan diperlukan partisipasi instansi-instansi terkait tidak hanya ada di dalam pelaksanaan penertiban. Hal ini dapat membantu Dinas Pelayanan Pajak dalam memastikan fungsi regulerend berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.
2. Peningkatan sistem informasi yang terintegrasi sehingga antara Suku Dinas Jakarta baik Suku Dinas Selatan, Suku Dinas Utara, Suku Dinas Barat, dan Suku Dinas Timur dapat memperoleh informasi tentang reklame. Hal ini dapat membantu Suku Dinas DKI Jakarta untuk mengawasi reklame walaupun reklame tersebut ada di bagian wilayah yang bukan wilayah wewenangnya. Peningkatan sistem informasi yang terintegrasi diharapkan dapat membantu kepentingan untuk memenuhi fungsi regulerend.



## DAFTAR REFERENSI

### Buku :

- Azhari, Samudra. 2005. *Perpajakan di Indonesia, Keuangan Pajak, dan Retribusi*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada
- Basrowi, memahami penelitian kualitatif, cetakan pertama, PT Rineka Cipta, jakarta, Desember 2008
- Bohari, H. Pengantar Hukum Pajak, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Dr. Basrowi. M.Pd & Dr. Suwandi, M.Si., Memahami Penelitian Kualitatif, Jakarta, PT Rineka Cipta, 2008.
- Hadari Nawawi, Pengawasan Melekat Di Lingkungan Aparatur Pemerintah, Cetakan Pertama, Jakarta, PT Gelora Aksara Pratama, 1992
- Ismail Saleh, Ketertiban dan Pengawasan, Cetakan Kedua, Jakarta, CV Haji Masagung, 14 Juli 1988
- Kurniawan, Panca dan Agus Purwanto. 2004. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Indonesia*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Machfud Sidik, A New Perspective Of Intergovernment Fiscal Relations, Lessons From Indonesia's Experience, Cetakan Pertama, Jakarta, Ripelge, 2007
- Mardiasmo, *Perpajakan (Edisi Revisi Tahun 2009)*. Yogyakarta : Andi. 2009
- Moh. Nazir, Ph.D, Metode Penelitian, Jakarta, Ghalia Indonesia, Agustus 2003.
- Neuman, William Lawrence. 2000. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches* 4th edition, USA: Allyn & Bacon.
- Panca, Kurniawan, Pajak Daerah dan Retribusi Daerah di Indonesia, Jawa Timur, Bayumedia, Maret 2004.
- R. Santoso Brotodihardjo, Pengantar Ilmu Hukum Pajak, edisi ketiga, cetakan 18, PT. Eresco, Bandung, 1995 hal 204
- R.Mansury.Ph.D, Pajak Penghasilan Lanjutan, cetakan pertama, Jakarta, IND-HILL-CO, September 1996
- Rochmat Soemitro, Pengantar Singkat Hukum Pajak, cetakan kedua, Bandung, Eresco, 1992.

Ronny Kountur, D.M.S., Ph.D. Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Cetakan ke 3, Jakarta, CV Teruna Grafica, Agustus 2005.

Rosdiana Haula, Pengantar Ilmu Pajak : Kebijakan dan Implementasi Di Indonesia. Jakarta, Rajawali Pers, 2012.

Safri Nurmantu, Pengantar Perpajakan, Edisi Ketiga, Granit, Jakarta, Juli 2005, hal. 30

Sarwoto, Dasar-Dasar Organisasi dan Manajemen, cetakan kesembilan, Jakarta, Ghalia Indonesia, Oktober 1994.

Teresa Ter-Minassian, fiscal federalism in theory and practice, washington, international monetary fund, 1997

Tony Marsyahrul, Pengantar Perpajakan, Cetakan Kedua, PT. Grasindo, Jakarta, Juli 2006

Victor M. Situmorang dan Jusuf Juhir, Aspek Hukum Pengawasan Melekat Dalam Lingkungan Aparatur Pemerintah, Cetakan Kedua, Jakarta, PT Rineka Cipta, April 1998

Winardi, Ilmu Reklame, Bandung, Alumni, 1980.

**Lainnya :**

**Peraturan Perundang-Undangan**

Republik Indonesia. Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 *tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*

\_\_\_\_\_, Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 12 Tahun 2011 *tentang Pajak Reklame*

\_\_\_\_\_, Peraturan Daerah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 7 Tahun 2004 *tentang Penyelenggaraan Reklame*

\_\_\_\_\_, *Keputusan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 37 Tahun 2000 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Reklame.*

## JURNAL

Lutfi, Achmad 2006, "*Penyempurnaan Administrasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah : Suatu upaya dalam optimalisasi penerimaan PAD*", Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi : Bisnis & Birokrasi, Volume XIV, Nomor 1, Januari 2006, Departemen Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

Lutfi, Achmad 2006, "Evolusi Penarikan Pajak Daerah di Indonesia : Suatu tinjauan peraturan perundang-undangan mengenai pajak daerah di Indonesia ", Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi : Bisnis & Birokrasi, Volume XIV, Nomor 4, Desember 2006, Departemen Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

## KARYA AKADEMIS :

Dewi Komalasari. (2001). "*Pengawasan Reklame Melalui Penengisasi Sebagai Upaya Meningkatkan Pajak Daerah Di Kecamatan Johar Baru Jakarta Pusat*". Skripsi Universitas Indonesia.

Lestari. (2004). *Analisis Pelaksanaan Pengawasan Terhadap Pemungutan Pajak Reklame Untuk Mencegah Hilangnya Penerimaan Pajak Reklame (Studi Kasus Dipenda Propinsi DKI Jakarta)*. Skripsi FISIP Universitas Indonesia

S. Kristophorus, (2007), "*Analisis Atas Implementasi Proses Perizinan Pajak Reklame Di Propinsi DKI Jakarta*", Skripsi Universitas Indonesia.

Wulandari, (2006), "*Pelaksanaan Pemungutan Pajak Daerah Atas Penyelenggaraan Reklame Di DKI Jakarta*", Skripsi Universitas Indonesia.



## INTERNET

Penyelenggaraan Reklame. Jakarta.go.id. 27 September

2010.<http://www.jakarta.go.id/jakv1/item/halaman/0/0/3600/1/6/2/41/3/6/4/41/5/128/nid/3600>, diunduh pada tanggal 21 Februari 2012

Roboh, DKI panggil kontraktor papan reklame. Vivanews. 6 Januari 2012.

<http://metro.vivanews.com/news/read/277881-dki-panggil-kontraktor-papan-reklame-pekan> diunduh pada tanggal 21 Februari 2012

Hujan Badai, Pemuda Tewas Tertimpa Reklame. Vivanews. 5 Januari 2012.

<http://metro.vivanews.com/news/read/277607-pemuda-tewas-tertimpa-baliho-di-kebon-jeruk> diunduh pada tanggal 21 Februari 2012

Foke: Korban Reklame Tanggung Jawab Pemilik Reklame. Jurnas. 6 Januari 2012.

<http://www.jurnas.com/news/49727/Foke:KorbanReklameTanggungJawabPemilikReklame/1/TbuKota/Metropolis> diunduh pada tanggal 22 Februari 2012

Menertibkan Papan Reklame. Tempo. Kamis 12 Januari 2012.

<http://www.tempo.co/read/opiniKT/2012/01/13/1741/Menertibkan-Papan-Reklame> diunduh pada tanggal 23 Februari 2012

VIDEO: Evakuasi Korban Tertimpa Papan Reklame. Vivanews. 6 Januari 2012.

<http://metro.vivanews.com/news/read/277840-video--evakuasi-korban-tertimpa-papan-reklame> diunduh pada tanggal 22 Februari 2012

Catat, Reklame Liar Bakal Ditindak !, Kompas. 15 Januari 2012

<http://megapolitan.kompas.com/read/2012/01/15/14504358/Catat.Papan.Reklame.Liar.Bakal.Ditindak> diunduh pada tanggal 23 Februari 2012.

Walikota Jakut Geram Tiang Tol Ditempeli Iklan. Harian Umum Pelita.

<http://www.pelita.or.id/baca.php?id=95093> diunduh pada tanggal 23 Februari 2012

Pemkot Jaksel Tertibkan Reklame. Poskota. 28 Maret 2012.

<http://www.poskotanews.com/2012/03/28/pemkot-jaksel-tertibkan-reklame/> diunduh pada tanggal 15 April 2012

PAD DKI Penertiban Reklame Bermasalah Masih Tebang Pilih. Suara Karya. 23 April 2012.

<http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=301726> diunduh pada tanggal 30 April 2012

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Widyo Hatmadi  
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 20 April 1990  
Agama : Islam  
Alamat :Jalan Gardu Rt 011/02 no. 46, Sr. Sawah,  
Jagakarsa, Jakarta  
Selatan, 12640  
Nomor Telepon : 085311330302/ (021) 7868302  
Email : [widyo.hatmadi@gmail.com](mailto:widyo.hatmadi@gmail.com)  
[widyo.hatmadi81@ui.ac.id](mailto:widyo.hatmadi81@ui.ac.id)  
[unyil\\_45683@yahoo.com](mailto:unyil_45683@yahoo.com)  
Nama Orang Tua : Ayah : Drs. Tukiran  
Ibu : Rockhayah

### Riwayat Pendidikan Formal :

1994-1996 : TK KPBD Bendungan Hilir  
1996-2002 : SD Negeri 16 Pagi Jakarta  
2002-2005 : SMP Negeri 242 Jakarta  
2005-2008 : SMA Negeri 38 Jakarta  
2008-2012 : Ilmu Administrasi Fiskal Universitas Indonesia

**LAMPIRAN 1****Pedoman Wawancara**

1. Dinas Pelayanan Pajak Daerah, Suku Dinas, dan Unit Pelayanan Pajak Daerah
  - Mekanisme pengawasan penyelenggaraan reklame
  - Peraturan terkait
  - Data reklame yang bermasalah di DKI Jakarta
  - Standarisasi penyelenggaraan reklame
  - Peran Dinas Pelayanan Pajak Daerah khususnya di bidang pengendalian dan pembinaan pajak daerah
  - Masalah-masalah yang terjadi di lapangan
  - Tindakan penertiban reklame
  - Bagaimana koordinasi dengan instansi terkait dalam hal pengawasan
2. Bidang perizinan dan pengawasan kelayakan di Dinas Pengawasan dan Penertiban Reklame (P2B)
  - Peran Dinas Pengawasan dan Penertiban Reklame dalam penyelenggaraan reklame
  - Standarisasi operasional pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame
  - Bagaimana pengawasan terhadap reklame, khususnya konstruksi reklame
  - Kendala-kendala yang terjadi di lapangan saat pengawasan
  - Tindakan penertiban reklame
  - Bagaimana koordinasi dengan instansi terkait dalam hal pengawasan
3. Bidang pemanfaatan ruang kota di Dinas Tata Ruang kota
  - Mekanisme pemanfaatan tata ruang kota;
  - pengawasan dan pengendalian tata ruang kota;
  - peran Dinas Tata Ruang Kota dalam penyelenggaraan reklame
  - kendala-kendala yang terjadi di lapangan
  - bagaimana koordinasi dengan instansi terkait dalam hal pengawasan
4. Akedemis
  - Fungsi pajak
  - Peran fungsi regulasi terhadap reklame
  - Apa alasan reklame dikenakan pajak
  - bagaimana peran pemerintah dalam pengawasan

1. Apa sebenarnya fungsi regulerend?
2. Menurut bapak, bagaimana peran fungsi regulerend pajak kita selama ini terhadap penyelenggaraan reklame?
3. Siapa saja atau instansi mana saja yang terkait? Apakah mereka harus melaksanakan pengawasan?
4. Apa tindakan apabila terjadi ketidak tertiban atau kesusaian?
5. Menurut bapak bagaimana kinerja pemerintah daerah kita?
6. Apa yang menjadi hambatan dalam pengawasan fungsi regulerend?



**LAMPIRAN 2****Transkrip Wawancara**

**Waktu** : Pukul 11.48 WIB  
**Hari/ Tanggal** : Sabtu, 26 April 2012  
**Tempat** : Rumah Bapak Machfud Sidik  
**Interviewer** : Widy Hatmadi  
**Interviewee** : Dr. Machfud Sidik, M.Sc

1. Bagaimana pendapat bapak tentang fungsi regulereend ?

Jawab : Yang ideal memang, secara makro, pajak itu adalah sub bagian dari kebijakan fiskal, kebijakan fiskal juga merupakan sub bagian dari kebijakan makro. Jadi pajak itu punya fungsi dua, pajak ada fungsi budgeter dan reguleren, itu yang ideal. Apabila pajak diturunkan pendapatannya itu karena fungsi regulereend. Karena pemerintah menginginkan sesuatu. Misalnya minuman keras yang pajak nya dinaikkan sehingga harganya menjadi mahal. Selain itu ada kebijakan untuk orang miskin diangkat derajatnya, bebannya diturunkan, pendapatannya dinaikkan, sehingga terhadap orang yang miskin maka pajaknya direndahkan. Disinikan tadi ada reklame yang bermasalah, kan itu merusak estetika, maka yang keluar duluan ada kebijakan aspek teknis. Hal ini ada tujuan, hal ini ada tujuan bernegara, dalam kasus ini, ada tujuan pemerintah daerah, salah satunya keindahan kota, oleh karena itu papan nama, spanduk tidak boleh sembarangan, oleh karena itu ada unit yang menangani seperti unit ketertiban, nah setelah itu aspek teknisnya maka kemudian baru kita bicara dampaknya terhadap pajak. Namun pajak mempunyai prinsip benefit prinsiple, walaupun reklame belum punya ijin, tapi sudah dipasang sehingga pajak ditekankan supaya adil karena sudah mendapat manfaat karena sudah diliat orang iklannya tersebut. Hal ini mebuat ketidak kesinkronan, namun apabila dia belum punya izin namun dia sudah berdiri maka pajak wajib dikenakan, hal ini sudah menjadi dilema. Nah sekarang dampak lebih luas dengan pengenaan pajak yang demikian, jika hal ini membuat ketidaknyamanan dan digunakan tempat berlindung karena pemilik reklame sudah membayar pajak. Maka dibutuhkan diselesaikan tataran yang lebih tinggi maka dibutuhkan koordinir dari gubernur untuk koordinasi antara instansi terkait.

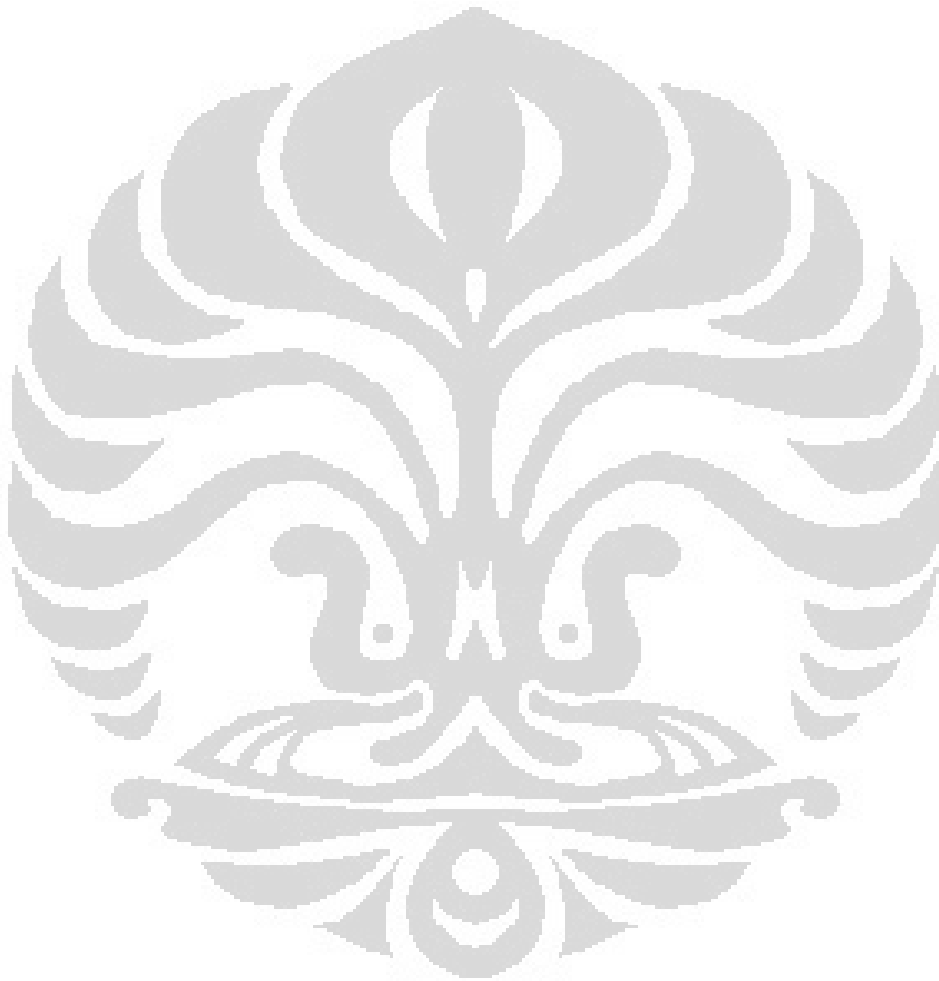
2. Bagaimana bentuk pengawasan ?

Jawab : Koordinai menjadi penting, dinas pajak jangan bekerja sendiri, harus ada kerjasama, karena reklame melibatkan beberapa instansi terkait dalam hal pengendaliannya yang memberikan izin sebelumnya. Jika ada izin tapi belum bayar pajak maka wajib pajak ditegur atau sampai dibongkar agar patuh, pengawasan itu penting namun ini adalah senjata terakhir. Ongkos bongkarnya pun harus dihitung agar efisien, apabila biaya pengawasan reklame masih tinggi

maka ada masalah di sistemnya. Jadi pengawasan merupakan fungsi ada di sistem perpajakan, pengawasan itu merupakan langkah terakhir voluntary compliance.

3. Seberapa penting fungsi regulasi ?

Jawab : Perlu dilihat dari kota itu sendiri, apabila kota itu sepi atau medium maka reklame itu penting untuk pendapatan. Namun, apabila kota itu padat maka perlu dilakukan pengendalian terhadap reklame, apabila tidak akan mengganggu, oleh karena itu perlu diatur, sehingga estetika kota terjaga, seperti letaknya, gambarnya agar indah dan menarik, estetika itu. Maka dengan adanya reklame maka akan indah, lalu pendapatannya masuk dan fungsi keindahan kota nya juga masuk.



**LAMPIRAN 3****Transkrip Wawancara**

**Waktu** : Pukul 12.09 WIB  
**Hari/ Tanggal** : Selasa, 22 Mei 2012  
**Tempat** : Dinas Tata Ruang DKI Jakarta  
**Interviewer** : Widy Hatmadi  
**Interviewee** : Bapak Bambang Sukanton

1. Bagaimana standar reklame yang benar ?

Jawab : Ikut batasan teknis sesuai dengan SK GUB no 46 tahun 2001, ini sudah diatur, ini sudah diatur mengenai jarak, mengenai ketinggian, mengenai ornat dan titik persebarannya. Apakah dia ada di dalam kota, apakah dia keluar koridor kota, seperti ada di jalan tol arh jagorawai, tol arah cikampek seperti iu, jadi ada standar aturannya itu.

2. Ada reklame liar, yang tidak sesuai titik, lalu bagaimana pengawasannya?

Jawab : Sesuai dengan SK 37 tahun 2000, itu di dinas pelayanan pajak sebagai koordinatornya, lalu dia lah yang mengetahui dimana reklame yang tidak berizin, dia lah koordintarnya, di tingkat walikota, dia lah yang bergerak, dia yang menginvestigasi, dia memeriksa reklame apakah itu bersfiat permanen atau bersfiat isendtil yang sifanya sementara, seperti ada bazar, nah itu kan perlu media seperi reklame.

3. Bagaimana dengan reklame liar atau bermasalah ?

Jawab : Ada dua sisi, ada yag terkontrol dan yang tidak terkontrol, klo terkontrol sudah jelas karena sudah diatur. Kalo titik liar yang seperti banyak, namun kita tidak mengetahui lahannya diketahui, misal adek punya lahan lalu itu mau menentukan titik, namun adek tidak mau sebagai pemilik lahan kalo yang terkontrol punya pemerintah sudah jelas pasti karena sudah komit, ada unsur legalitas, ada dasar hukumnya. Nah yang liar-liar itu adalah lahan-lahan swasta, sehingga ini menimbulkan kendala. Karena lahan bukan pemilik pemda maka sulit untuk melegalkan menjadi titik reklame. Karena yang liar itu tidak sesuai dengan sk 46, yang jarak, format tidak seragam. Lalu bagaimana kita melagalkannya kalo sudah tidak sesuai aturan.

4. Bagaimana tentang mekanisme penyelenggaraan reklame?

Jawab : Reklame ini memunyai koordiansi dengan instansi terkait dalam penertiban izin. Melewati dinas pelayan pajak dulu lalu dinas tata ruang untuk melakukan survei dan kajian tentang kajian untuk titik yang dimohon itu kalau sudah sesuai lalu keluar TLB nya, katakanlah lulus TLB nya, lalu abis TLB keluar maka pergi dia ke P2B untuk mengurus IMB nya agar dapat dibangun konstruksinya lalu abis itu ke DPP lagi untu membayar pajak tayang nya, berapa

lama, nah seperti itu, estetika kota harus dijaga. Karena reklame juga merupakan ornamen kota agar dapat memperindah kota. Reklame perlu diatur agar kota tetap indah dan tidak semrawut maka titik-titik letak harus diatur juga gitu.

5. Peran Dinas Tata Ruang dalam pajak reklame?

Jawab : Ya kita sesuai dengan layanan kita aja, kan kita ada layanan reklame ya berarti pajak reklame atau retribusi dan kita tentang pelayanan pengukuran, ya intinya kita menerbitkan izin yang berkaitan dengan reklame. Kita layanan secara fisik adalah gambar tata letak bangun bangunan reklame, kemudian dari gambar itu ditentukan retribusinya sesesuai dengan peraturan daerah no 1 tahun 2006 tentang retribusi daerah. Untuk reklame pengenaan pajak pada jalur jalan utama, maksimal 350rb/ meter kalo itu maksimal kalo minimal jalur jalan sekunder 4 dengan retribusi 50 rb /meter. Itu semua ada di peraturan tentang retribusi daerah.

6. Apa faktor pendukung dalam penyelenggaraan reklame?

Jawab : Faktor pendukung seperti peta, di dalam peta ada koridor jalan, kelas 2 kelas 2, kelas 3, reklame mana diletakkan. Penghambat dari estetika kota ialah adanya reklame liar. Pada mulanya reklame merupakan ornamen kota untuk mempercantik dan memperindah namun adanya reklame liar yang penghambat. Inilah yang menjadi kendala. Misalnya kita sudah menentukan di jalan gatot subroto, harus berjarak antara 80-180, namun ditengah2 ada reklame, maka hal ini sudah tidak harmonis sehingga tidak sesuai aturan.

7. Apa syarat-syarat untuk tanah yang akan diperuntukkan didirikannya reklame?

Jawab : Peruntukkan tanah yang jelas di lahan swasta atau di tanah2 milik pemda. Tanah swasta itu bisa milik perorangan, perusahaan, atau jasa. Kita harus mengikuti setback harus ada ukurannya.

8. Bagaimana kendala-kendala dilapangan tentang reklame?

Jawab : Iya, ada ukurannya, kita harus mengikuti setback, setback itu bahasa teknisnya itu pagar, bukan tiangnya yang tidak boleh melewati tapi wingnya. Begitu juga arahnya harus diatur. Contoh di jalan gelora banyak masalah, seperti pelanggaran master plannya tidak sesuai dengan master plannya. Master plan itu merupakan titik persebaran yang sudah ditentukan di gelora bung karno. Pemasangan titik atau tiangnya melanggar master plan karena mereka keluar dari ketentuan dari master plan yang merupakan acuan. Misalnya titik persebaran ada di A maka tidak boleh ada di A' apalagi melenceng sampai di B. Tapi klo isedential tidak diterbitkan TLB nya. Nah izin mereka ada di kecamatan dan wewenang dinas pelayanan pajak. Dari 31 titik cuma 2 yang benar sesuai titik.

9. Bagaimana dengan pembayaran retribusi bagi reklame pemerintah?

Jawab : Untuk pelayanan tata letaknya tetap dikenakan biaya, kalo di sini sekalipun itu milik pemerintah tetap dikenakan karena liat ciri actionnya nanti apa itu murni layanan masyarakat atau komersil atau campuran, misal ada tulisan anda orang bijak taat bayar pajak tapi di bawah nya ada tulisan xl, simpati, dll.

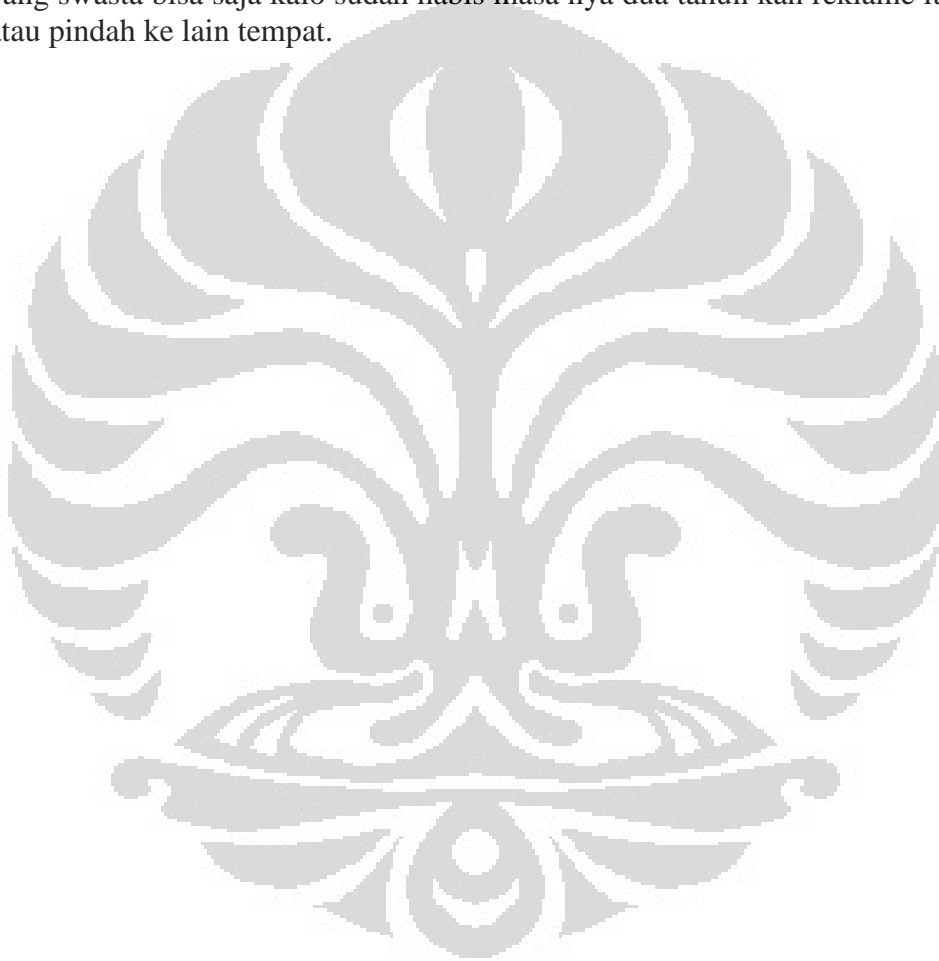
10. Bagaimana peran Dinas Tata Ruang dalam pengawasan penyelenggaraan reklame mengingat banyak reklame liar?



Jawab : Reklame liar harus benar-benar ditertibkan. Nah yang tahu persisis lapangan itu Dinas Pelayan Pajak sebagai ujung tombak, karena Dinas Pelayanan Pajak memiliki tangan sampai tingkat kecamatan.

11. Bagaimana mekanisme pemanfaatan ruang ?

Jawab : Cara memberikan swasta dan pemda berbeda, kalo milik pemda itu dilelang, seperti fasilitas – fasilitas umum, misal, jempabatan penyebarangan orang, namun kalo yang swasta itu dengan reguler yang cara biasa karena perlu kajian teknis. Karena kan titiknya titik baru kalo yang di JPO dan fasilitas umum kan sudah komit, kan kalo milik pemda itu-itu saja walau sudah dilelang beberapa kali karena sudah ada keputusan gubernur bahwa itu adalah milik pemda, nah klo yang swasta bisa saja kalo sudah habis masa nya dua tahun kan reklame itu hilang atau pindah ke lain tempat.



**LAMPIRAN 4****Transkrip Wawancara**

**Waktu** : Pukul 16.19 WIB  
**Hari/ Tanggal** : Kamis, 24 Mei 2012  
**Tempat** : Suku Dinas Pengawasan dan Penertiban Bangunan  
 DKI Jakarta  
**Interviewer** : Widyo Hatmadi  
**Interviewee** : Ibu Aulia

1. Bagaimana peran P2B dalam penyelenggaraan reklame?

Jawab : P2B itu merupakan proses final paling terakhir dari penyelenggaraan reklame. Jadi dari mulai dispenda sebagai koordinator penyelenggaraan reklame, sampai dengan peremohonan TLB ke tata ruang, setelah tata ruang terbit lalu semua persyaratan kelengkapan sudah terpenuhi lalu dispenda mengirimkan berkas ke P2B. Karena, eemm, gini, kalo di tingkat dinas di tingkat propinsi namanya P2B, tapi klo ditingkat walikota ada 2, yaitu sudin perizinan lalu sudin pengawasan dan penertiban bangunan. Dispenda dalam mengirimkan berkas ke perizinan dulu melalui caraka ( kurir dispenda) masuk ke loket layanan terpadu lalu dicek, lalu bila diterima baru dikirim ke bagian pengawasan untuk diperiksa untuk memastikan konstruksinya sudah sesuai sehingga aman digunakan.

2. Apa kendalanya?

Jawab : Banyak kendala yang dihadapi, pertama, pertumbuhan dan perkembangan reklame ini kan cepat, dan proses pembuatannya itu bisa dibilang tergolong cepat, misal kita liat sore tidak ada, mereka bekerja pada malam hari , dan pagi hari sudah ada. Jadi karena seperti kendala seperti itu dan sesuai perda no 7 tahun 2010 tentang bangunan gedung yang khusus perda P2B, sesuai tupoksi, tupoksi kita bukan seperti bangunan seperti reklame atau menara, kita lebih seperti ke bangunan rumah tinggal namun bukna berarti kita tidak mengawasi kita tetep. Jadi karena peraturan belum direvisi jadi kita ikuti peraturan yang lama jadi pengawasan reklame pun tetap kita jalankan, jadi apabila ada konstruksi reklame yang berdiri sebelum ada izin maka dari pihak kecamatan yang melakukan pengawasan action dahulu dengan memberi surat SP 4 karena mereka kan dapat dikatakan yang memegang wilayah. Kendala nya selama ini anggaran pembngkaran kan ga ada.

3. Bagaimana pengawasannya?

Jawab : Nah sesuai sk 37 tahun 2000 bahwa setiap penyelenggaraan pengawasan penyelenggaraan reklame itu dikoordnasi dengan dispenda dan mereka lah yang menarik jaminan bongkarnya. Namun kita juga melakukan penertiban tapi tidak banyak karena terbentur anggaran. koordinasinya seperti, mereka kan keliling

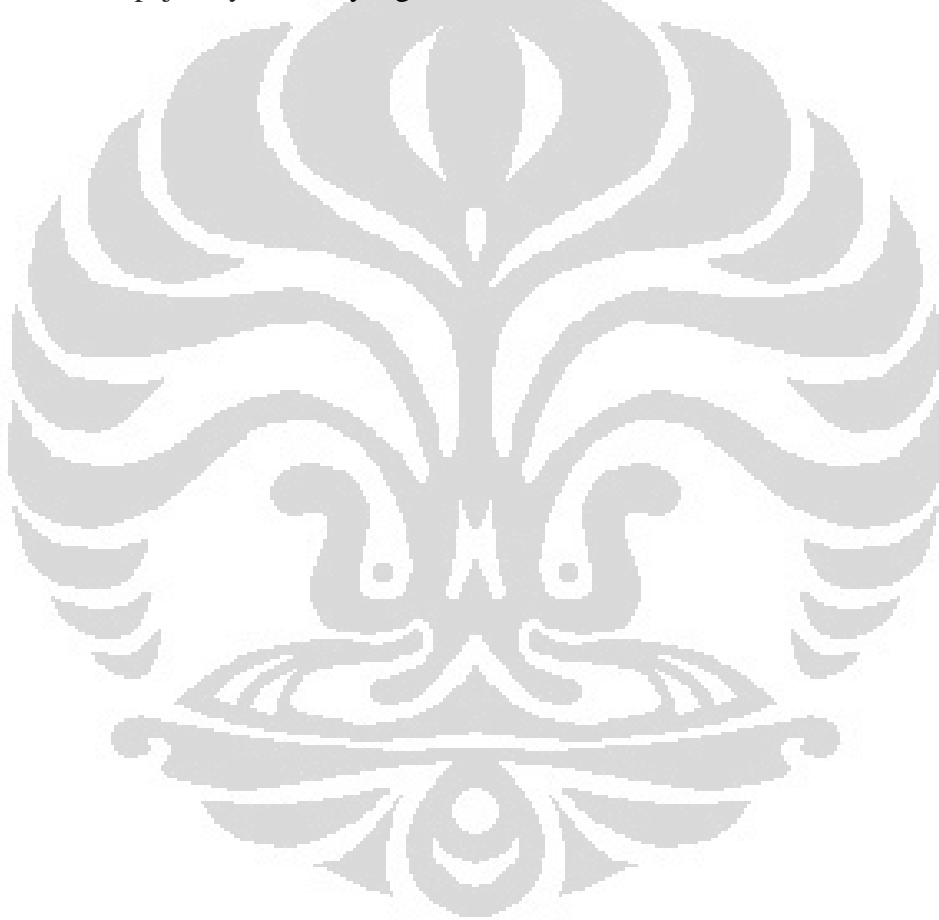
melakukan pengawasan lalu mereka juga memberitahukan bahwa ada reklame yang tak berizin, maka kami pun melakukan tindakan.

4. Bagaimana koordinasi terkait?

Jawab : Sesuai sk 37 kan dispenda berkoordinasi dengani instansi terkait, seperti mereka memanggil rapat, mereka menentukan titiknya dan anggaran juga dari mereka dan hal ini sudah berjalan.

5. Bagaimana dengan reklame yang ilegal?

Jawab : Kita bisa tau reklame ada izin atau engga apabila ada permohonan berkas masuk atau tidak, itulah kita bisa tau, namun banyak sekali reklame yang tegak berdiri dan pajak nya bisa tayang namun tidak ada izin.



**LAMPIRAN 5****Transkrip Wawancara**

**Waktu** : Pukul 16.30 WIB  
**Hari/ Tanggal** : Kamis, 3 Mei 2012  
**Tempat** : Unit Pelayanan Pajak Daerah Kebayoran Baru  
**Interviewer** : Widy Hatmadi  
**Interviewee** : Bapak Edi Sumantri

1. Pendapat tentang fungsi regulerend?

Jawab : Pertama fungsi regulerend yang diliat dalam rangka regulerend adalah reklame yang memiliki izin – izin tertentu seperti, tata letak, dan liat pemasangannya, klo pemasangannya ada di persil-persil di wilayah milik pemda, yang ada izin tata letak, apabila reklame tidak sesuai atau tanpa izin maka kita tertibkan, lalu reklame-reklame yang berhubungan dengan fungsi regulerend, contohnya di kawasan kendali ketat, reklame apa saja yang boleh terpasang, apabila tanpa izin, maka langsung dibongkar tanpa kompromi karena memang sudah melanggar karena memasang di tempat tanpa izin, di kendali-kendali ketat juga boleh memasang reklame tetapi harus ada izin tata letak dahulu, lalu membayar NSR nya. Terhadap reklame yang menyangkut nama gedung itu seperti menara sudirman, itu kan persil swasta milik mereka sendiri namun harus ada perizinan dari tata ruang, kalau tidak ada dari tata ruang kita tetap melakukan penertiban walau wajib pajak bayar pajak tapi ini kalau tidak ada iizn dari tata ruang tidak keluar tetap dilakukan pembongkaran sisi pajak terabaikan karena kenapa karena kan fungsi regulerend yang dikedepankan. Ya itu lah ada 2 yaitu di wilayah milik pemda dan di wilayah swasta. Lalu di wilayah yang selain di wilayah ketat ada reklame yang tanpa izin kita berikan peringkatan 1, 2 lalu kita keluarkan SPBS lalu pajaknya kita tagih lalu kita tertibkan, contoh lain atau reklame yang sudah mengajukan perizinana dan sudah diterbitkan SKPD tapi saat pengawasan di lapangan tidak sesuai dengan SKPD maka kita tertibkan. Lalu terkait dengan reklame tidak tetap yang ada di fasilitas-fasilitas pemda seperti trotoar, taman, maka langsung ditertibkan tanpa diberitahukan. Lalu reklame yang ada di wilayah sendiri kita liat ada izin atau tidak kalo tak ada izin maka langsung ditertibkan. Kenapa langsung kita tertibkan karena mereka kan temporer. Pengawasan dan penertiban dilakukan ada yang mendadak dan ada sifatnya yang terprogram. Pengawasan ada di persil pemda seperti kendali ketat, dan persil swasta.

2. Bagaimana proses pengawasannya?

Jawab : Lalu pengawasannya, pertama setiap bulan kita berikan surat tugas untuk melakukan pengawasan untuk turun ke lapangan dengan surat lalu mereka dapat melakukan penertiban. Setelah data dan pemeriksaan. Terdapat wajib pajak yang perlu ditertibkan. Lalu kalo umbul-umbul yang tidak tetap dapat langsung

ditertibkan, tetapi kalo reklame yang tetap maka kita melibatkan unsur satpol PP, unsur kecamatan, unsur suku dinas, kita tim bergerak. Tetapi sifatnya memang dalam jangka waktu tertentu pasca peringatan 1, peringatan 2, dll kita bentuk tim dengan biaya anggaran jadi ada anggarannya untuk biaya pembongkarnya. Namun kalo kita semata mata hanya nunggu yang ada anggarannya yang bersifat berkala kan ga berjalan dan tidak ada pengawasan yang sifatnya isedentisial dan seketika. Lalu kita kumpulkan dari beberapa reklame yang bermasalah, kita sampaikan pemberitahuan, peringatan 1, 2 surat perintah bongkar sendiri dalam 3x 24 jam kita lakukan secara serempak dalam waktu 2 minggu. Kita menyewa alat dll. Untuk dinas pelayanan pajak, dan trantib, pol PP dan lain2 untuk membongkar secara fisik kita outsourcing kita pihak ketiga, kita lelang kita biayai untuk melakukan pembongkaran karena menggunakan alat, baik las, gergaji dan truk nya pun kita sewa. Nah itu ada waktunya di seluruh UPPD dan ada anggarannya yang bersifat rutin dan sifatnya terprogram yang ada anggarannya. Ini terus menerus, kalo spanduk dan umbul – umbul tidak mungkin kita tunggu koordinasi dan menunggu anggaran. Enak reklame sudah terpasang tanpa bayar pajak kalo misal harus tunggu anggaran serempak dengan yang lain pun sulit. Hal ini dilakukan dengan surat tugas. Tapi misalnya ukuran nya 3x4 12 meter dan tidak ada izin kita programkan itu tapi bukan budget nya hilang tetep kita lakukan penagihan dari dia berdiri sampai lakukan pembongkaran. Kalo memang dia tidak memerlukan perizinan. Tapi kalo dia perlu perizinan tata letak, dll, tidak perlu bayar pajak kita bongkar, artinya kita tidak bisa pungut pajak karena sebelum ada perizinan. Reklame nya tetep kita bongkar hutang pajak nya kita tagih. Tapi kalo dia di persil sendiri kita ber peringatan 1, 2 lalu dia memunyai itikad untuk melakukan pembayaran ya dikenakan sanksi denda bukan bunga karena reklame nya tidak melanggar estetika kota. Tapi dari reklame yang melanggar estetika kota dan belum punya izin tata letak walau dia mau bayar pajak kedepan tetep tidak bisa tetep kita bongkar namun pajak yang mundur kebelakang tetep kita tagih.

### 3. Bagaimana koordinasi dengan pihak terkait?

Jawab : Instansi yang terkait adalah berupa kecamatan dan walikota berupa trantibnya atau pol PP dan kita melibatkan polisi dari unsur kapolsek atau polisi sektor kecamatan. Pelaksanaannya agar tidak mubazir juga tidak mungkin dengan banyak nya orang hanya untuk satu dua orang seperti membunuh lalat dengan bom. Nah untuk yang melibatkan banyak orang kita sudah mempunyai daftarnya, seperti menertibkan seratus reklame dalam 12 hari dan anggarannya dan melibatkan pihak ketiga karena mereka yang profesional, karena mereka punya alat lalu berapa biaya kontraknya yang dibayar dengan anggaran. Dan laporan bulanan juga kita lakukan kan setiap bulan juga ada kegiatan pengawasan seperti reklame yang bersifat sementara.

### 4. Bagaimana kendala?

Jawab : Kendalanya ada perlawanan dari mereka pada saat pembongkaran, namun kita mempunyai strategi untuk melakukan pada saat diluar luar jam sibuk, kita melakukan malam hari, seperti jam 1 jam 2 atau jam 4. Kita melakukan juga sama seperti yang mereka lakukan mereka melakukan reklame ilegal tanpa pengetahuan kita dan kita pun melakukan pengawasan dan penertiban pada saat mereka tidak tau. Kita menghindari melakukan pada siang hari, agar tidak terjadi bentrokan

dengan preman-preman yang mereka sewa, juga kita menghindari mobilitas, kepadatan, dan kepentingan masyarakat lain. Dan kita tetap kita di back up sama satpol dan lain-lain. Mereka juga pintar, kalo mereka bayar pajak katakanlah harus sampai satu juta rupiah, lalu dia cetak reklame biayanya seratus ribu, lalu mereka cetak sampai lima buah, lalu mereka titip sama pedagang rokok kalo satu ketangkep satu lagi di pasanganin lagi sama tukang rokok tadi. Jadi, kendala secara umum, kalo yang perlawanan dari masyarakat bisa diimbangi, masalah lain, luas wilayah dan ketersediaan personil tidak seimbang dan banyak reklame yang sudah terpasang beberapa hari ada juga yang sebulan kita tidak terjangkau pengawasannya karena pegawainya kurang. Lalu reklame yang bersifat isedental, mereka biasanya melakukan hari-hari libur, seperti jumat malam, malam sabtu, sedangkan petugas tidak semuanya bisa bekerja di hari-hari libur, hanya beberapa orang yang bisa secara bergiliran.

5. Bagaimana pendapat ttg UPPD?

Jawab : Saya kasih ilustrasi, anda bekerja mengawasi dengan orang 12 orang atau 15 orang mengawasi seluruh wilayah kota, kira-kira jangkauannya lebih baik mana dengan setiap wilayah kecamatan satu orang. Salah satunya kenapa dibentuk pada saat yang lalu, reklame2 kecil tidak terjangkau sehingga pajak dan estetika kota terganggu. Karena orang yang bekerja di walikota kan skopnya luas sementara orangnya terbatas sehingga dikhususkan setiap kecamatan. Bagaimana terjangkau maka dibentuklah UPPD sampai tingkat kecamatan. Adanya UPPD membantu pelayanan lebih dekat dengan masyarakat sehingga biaya masyarakat lebih kecil dan mengurangi penuh di walikota dan dari segi pengawasan, dulu orang walikota ini bertugas mengawasi seluruh kecamatan sekarang tiap-tiap kecamatan dan UPPD spesialisasi mengawasi di kawasan wilayahnya saja. Setiap hari ada tugas kecamatan yang tugasnya mengawasi dan mendata, dia berkeliling, jika ada reklame baru yang dikonfirmasi ke kantor lalu belum ada perizinan maka dilakukan penertiban. Coba kalo walikota, dia harus keliling walau dibagi-bagi tapi ga ada kekhususan kan SDM nya terbatas. Kalo tadi di kecamatan walau SDM nya terbatas tapi skopnya lebih kecil kan lebih terjangkau, dampaknya kalo ga ada UPPD tadi pelayanan yang kurang maka potensial lost lebih besar. Masyarakat yang mau bayar pajak karena jauh jadi tidak bayar pajak, lalu pengawasan yang lemah masyarakat juga menghindar dari kepatuhan perpajakan. Tapi dengan sekarang dengan adanya UPPD maka pengawasan akan dilakukan terus menerus sehingga petugas dengan seketika dan cepat mengupdate pertumbuhan reklame jika ada reklame baru karena yang diawasi hanya wilayah kecamatan dan koordinasi dapat langsung oleh pihak kecamatan. Jadi UPPD dapat meningkatkan pengawasan.

**LAMPIRAN 6****Transkrip Wawancara**

**Waktu** : Pukul 16.25 WIB  
**Hari/ Tanggal** : Jumat, 25 Mei 2012  
**Tempat** : Suku Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta  
**Interviewer** : Widyo Hatmadi  
**Interviewee** : Bapak Richard

## 1. Bagaimana pengawasannya?

Jawab : Kita tiap hari memonitor dilapangan, klo baru kita foto, klo belum bayar kita panggil dengan surat panggilan 1, 2, SBPS, yang di awasi, luas, tayanagan dilapangan, hubungan yang dimiliki dengan instansi dengan instansi terakait, tata letak bangunan dan IMB BR, dan pembatyanan pajak nya, apakah sudah SKPD nya sudah keluar, dan apakah sesuai dengan SKPD. Namun kita liat perizianannya, apakah benar letaknya sesuai perizinan, namun kita koordinator, walau ada immb nya namun sudah rusak, bukan kewenangan kita, tapi kita tak berani membongkar, kordinasi terkait kita ada di P2B dan DTR.

## 2. Bagaimana bentuk koordinasi?

Jawab : Cash by cash misal ada reklame konstruksi nya udah kebangun. Sudin terkait meminta penjelasan status ia memasang reklame tentang P2B, reklamanya punya izin apa engga gitu.

## 3. Pendapat tentang peran pengawasan?

Jawab : Sangat penting, untuk wajib pajak kan banyak yang belum sadar, terutama wajib pajak untuk mengurangi dan menghindari wajib pajak. Ukurannya dikurangin, letaknya dislokasi, misal nya, dia bilang dihalaman tapi kenyataannya di luar, dari nilai strategisnya berbeda, nah itu kan perlu diawasi.

## 4. Apa kendala di lapangan ?

Jawab : Masalah nya ada monitor dilapangan kita lebih focus ke persil pemda, karena pemda memenag tempatnya, kendalanya seperti kita ya kucingan-kucingan aja. Pengaruh pengawasan sanagat penting karena tingkat kesadaran wajib paka

hars di lihat dilapangan, apakah sudah sadar blm, lalu setelah kita lakukan pengawasan dan pendataan, lalu kita berikan law enforcement agar ada efek jera. Ketika kita melakukan pengawasan kita sudah bawa data ketika ada reklame yang baru namun tak ada di data, lalu kita lakukan penertiban. Kendala lainnya, yaitu ada preman-preman dilpanagn, karena mereka kan di bayar buat jaga in reklame. Kalo kita bongkar kan ada bentrokan, mereka kan bertanggung jawab juga dengan biro2 reklame. Hubungannya pengawasan dengan wajib pajak cukup berpengaruh. Korelasi nya sangat signifikan. Kan klo dibongkar kan di denger ama biro2 lain. Trus ada efek jera kalo kita bongkar itu reklame kan ada komlplen ama klient nya si pemilik produk, kenapa reklame nya dibongkar. Saya ada contoh 2 3 kali saya bongkar, dia pasang lalu saya bongkar, dia pasang lagi, ya saya bongkar lagi. Kemrin ntu hari rabvu saya bongkar. Dia kan pasang iklan izin A, tapi pasang iklan nya B. analogi nya seperti, missal nya mas naik motor tapi pake sim saya, trus mas langgar lalu lintas, lalu di tangkep polisi, lalu salah ga? Sam kayak reklame. Banyak wajib pajak kayak gitu dia pake iin teks nya beda, itu perlu kita awasin. Permasalahan lain kalo tiang nya besar kita tertibkan tengah malam, kan terhambat sama lalu lintas.

5. Siapa yang terkait dengan pengawasan?

Jawab : Pengawasan ada di sudin sama di uppd, dinas hanya tentang kebijakan. Pembagian wilayah kalo 12 meter kebawah wewenang UPPD, kalo 12 meter ke atas wewenang sudin. Masalah rekame banyak di 12 meter ke bawah. Baik reklame tetap maupun tidak tetap.



**LAMPIRAN 7****Transkrip Wawancara**

**Waktu** : Pukul 14.30 WIB  
**Hari/ Tanggal** : Rabu, 13 Juni 2012  
**Tempat** : Unit Pelayanan Pajak Daerah Kebayoran Lama  
**Interviewer** : Widy Hatmadi  
**Interviewee** : Bapak Selkian

1. Bagaimana koordinasi di lapangan ?

Jawab : Sebetulnya kita itu kita ada koordinasi pada saat penertiban, koordinasi dengan pamong praja, kemudian dengan trantib, dab bahkan pada kepolisian. Dan setiap setahun sekali ada penertiban. Misalnya kamu pasang reklame satu tahun 2010 berarti abis pada 2011, ketentuannya kamu lapor satu bulan sebelum abis. Kalo tidak lapor maka kamu masuk BDU (belum daftar ulang). Nah kalo dia tidak mengurus daftar ulangnya maka ditertibkan. Pengawasan dilakukan kita aja, ngedata, kalo ada masalah baru ditertibkan. Pada saat penertibkan melibatkan , pol pp kalo masalahnya cukup besar kita juga ajak polisi.

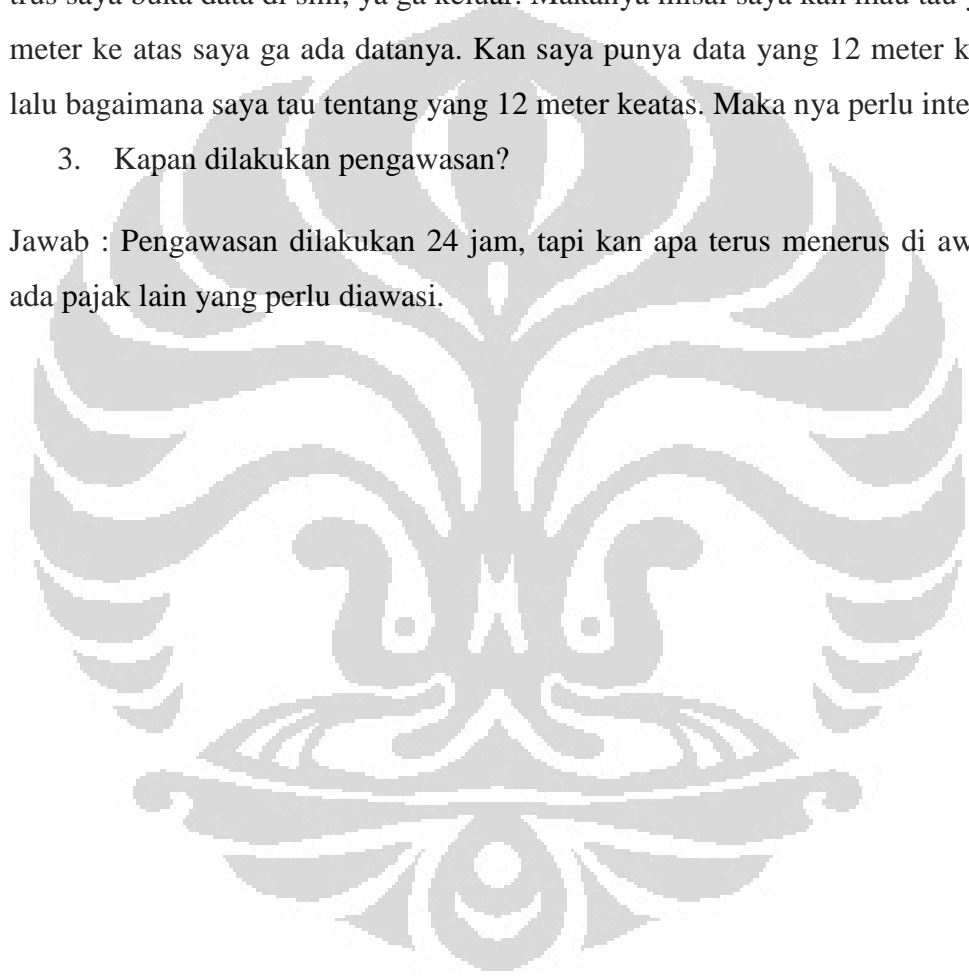
2. Bagaimana pengawasan?

Jawab : Pengawasan itu melekat pada sudin karena memang SKPD diterbitkan disana, untuk penyelenggaraan reklame 24m ke atas karena banyak melibatkan instansi terkait. Sebenarnya pajak reklame itu penting ga penting, coba disandingkan dengan teorinya. Coba sekarang saya mau tanya, fungsi pajak itu ada berapa, lalu apa saja? Jadi pengawasan itu lebih diperlukan sebenarnya tidak untuk memasang reklame. saya mau tanya, sekarang, kamu setuju ga Jakarta itu di kerubungin ama reklame, lalu kalo kamu dapat simpulkan bahwa reklame itu lebih ke arah regulerend bukan ke budgeteirnya. Maka kadang-kadang tarif gede, misal aja kalo di tamrin di kota-kota pajak nya dipasang gede, misal 10 M aja, tapi tetep aja orang mau pasang disitu, maka nya titik nya dilelang. Maka nya pajak dalam reklame punya fungsi ganda, budgeteirnya iya, regulerendnya iya. Sebenarnya budgeteir itu ngikutin aja, pada dasarnya pajak buat pengendalian orang pasang. Reklame itu kan sifatnya isedntial , kalo misal dia 2 hari aja ga

masang , sabtu minggu, itu kan rugi bagi dia untuk masang reklame. Sementara, masalah seperti misal kita ingin tau tentang informasi reklame. sekarang di Kebayoran Lama ada reklame ada reklame 24 meter kalo ada siapa yang ngawasin. Apa iya orang sudin muter terus. Misalnya bapak lagi pulang trus liat ada reklame di daerah utara, trus apa reklame ini legal saya kan ga tau karena intergritasnya ga ada saya kan orang selatan. Saya kan orang selatan kalo saya mau tau informasi di timur gimana? Saya liat reklame ni ditimur terus saya mau tau trus saya buka data di sini, ya ga keluar. Makanya misal saya kan mau tau yang 12 meter ke atas saya ga ada datanya. Kan saya punya data yang 12 meter kebawah lalu bagaimana saya tau tentang yang 12 meter keatas. Maka nya perlu integritas.

3. Kapan dilakukan pengawasan?

Jawab : Pengawasan dilakukan 24 jam, tapi kan apa terus menerus di awasi kan ada pajak lain yang perlu diawasi.



**LAMPIRAN 8****Transkrip Wawancara**

**Waktu** : Pukul 15.30 WIB  
**Hari/ Tanggal** : Rabu, 9 Mei 2012  
**Tempat** : Dinas Pelayanan Pajak DKI Jakarta  
**Interviewer** : Widy Hatmadi  
**Interviewee** : Bapak Alfiansah

1. Bagaimana peran fungsi regulend dalam penyelenggaraan reklame?

Jawab : Sangat penting sekali, karena reklame itu kan berhubungan dengan perekonomian yang selalu tumbuh, seperti banyak yang ada dipinggir jalan yang tumbuh, lalu hal ini perlu diatur kalo tidak bisa semrawut. Seperti yang balon, kalo meledak gaman, makanya perlu diatur selain ekonominya.

2. Bagaimana pengawasannya?

Jawab : Pengawasan itu dilakukan oleh tim, tidak hanya sendiri saja karena menyangkut banyak ada instansi yang terkait. Pengawasan dilakukan oleh Suku Dinas dan UPPD pada masing-masing wilayahnya.

3. Bagaimana koordinasi?

Jawab : Koordinasi yang terkait dengan prasarana kota, dulunya nama dinas tta kota, sekarang dinas tat ruang, dan dinas pengawasan bangunan, dan kita sendiri dinas pelayanan pajak.

4. Apa kendala di lapangan?

Jawab : Kendala banyak juga wajib banyak yang tidak patuh, wajib pajak mengajukan izin nya seperti ini tapi dilapangan berbeda. Sepeti banyak yang digeser dari letak dizinnya, kan dia mencari titik strategis. Kita harus awasin dilapangan. Lalu dalam penertiban kita kurang mempunyai peralatan, seperti mobil dan ahli.

5. Bagaimana pendapat bapak tentang UPPD?

Jawab : UPPD dibagi dalam 43 maka dapat lebih, tadi nya hanya beberapa unit sekarag lebih banyak, jadi pengawasan lebih dekat. Ini adalah sebuah jawaban yang selama ini masalah. Tadinya kan pengawasan kurang menjangkau daerah-daerah yang jauh karena pengawasan ada di sudin walikota belum ke tingkat kecamatan.





**PEMERINTAH PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA**  
**DINAS PELAYANAN PAJAK**  
**UNIT PELAYANAN PAJAK DAERAH KEBAYORAN BARU**  
 Kompleks Gd. Kantor Walikota Jakarta Selatan Blok B Lt. VI  
 Jalan Prapanca Raya No. 9 Telp./Fax: 021-7206740  
 J A K A R T A

SURAT TUGAS  
 Nomor / - 1.723.6

TENTANG  
**PEMANTAUAN, PENGAMATAN, PENGAWASAN & PENERTIBAN TERHADAP**  
**OBJEK/SUBJEK PAJAK DAERAH DI WILAYAH KECAMATAN KEBAYORAN BARU**  
**JAKARTA SELATAN**

Dalam rangka melaksanakan Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta Nomor 6 Tahun 2010 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah dan Peraturan Gubernur Nomor 29 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelayanan Pajak Daerah, dengan ini Kepala Unit Pelayanan Pajak Daerah Kebayoran Baru Jakarta Selatan

MENUGASKAN :

No	NAMA	NIP	JABATAN
1			Koordinator
2			Ketua
3			Anggota
4			Anggota
5			Anggota
6			Anggota
7			Anggota
8			Anggota

**Untuk :**  
**Melaksanakan Pemantauan, Pengamatan, Pengawasan & Penertiban Terhadap**  
**Objek / Subjek Pajak Daerah Di Wilayah Kecamatan Kebayoran Baru Jakarta**  
**Selatan .**

Surat Tugas ini berlaku mulai tanggal 2 April 2012 sampai dengan tanggal 30 April 2012 dan melaporkan hasil pelaksanaan tugas tersebut paling lambat tanggal 10 Mei 2012 kepada Kepala Unit Pelayanan Pajak Daerah Kebayoran Baru Jakarta Selatan.

Tugas ini untuk dilaksanakan sebaik-baiknya dengan penuh tanggung jawab, dan kepada yang berwajib untuk dapat memaklumi serta dapat memberikan bantuan sepenuhnya.

Dikeluarkan di Jakarta  
 Pada tanggal :

**KEPALA UNIT PELAYANAN PAJAK DAERAH**  
**KEBAYORAN BARU JAKARTA SELATAN,**

**H. EDI SUMANTRI, SE,M.SI.**  
**NIP 196409191984011001**