JURNAL KEBIJAKAN PUBLIK
ISSN : 3063- 3664
Vol. 2, No. 2, 2025

EFEKTIVITAS PERATURAN DAERAH NOMOR 6 TAHUN 2021 PADA PROGRAM PAJAK REKLAME DI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Mesy Agustina[1], Muhamad Arsyad[2], Saidah Hasbiyah[3]
Program Studi Administrasi Publik
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Email: agustinamesy0@gmail.com

ABSTRAK

Pajak Reklame ini dikelola oleh tiga Instansi Pemerintah yaitu Dinas Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Badan Pendapatan Daerah, dan Dinas Satuan Polisi Pamong Praja. Fenomena masalah yaitu pengusaha yang membayar pajak tanpa izin resmi sementara yang memiliki izin seringkali tidak membayar pajak. target penerimaan pajak cukup tinggi dan realisasinya masih rendah dan terbatasnya tim pemantauan di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 tentang Pajak Daerah pada Program Pajak Reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara dan faktor yang mempengaruhinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efektivitas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 tentang Pajak Daerah pada Program Pajak Reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara dan faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data diambil melalui pemilihan inporman secara porposive sampling berjumlah 12 orang. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis dengan teknik meliputi reduksi data, penyajian data, Penarikan kesimpulan. Setelah itu dilakukan uji kredibilitas, memperluas observasi, meningkatkan ketekunan, triagulasi, diskusi dengan rekan sejawat dan member checking.

Hasil penelitian menunjukan, Efektifitas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 tentang Pajak Daerah di Kabupaten Hulu Sungai Utara cukup efektif, indikator ketepatan sasaran kurang efektif karena ada pengusaha yang tidak membayar pajak, kesesuaian program efektif karena sudah sesuai dengan peraturan daerah, sosialisasi program dan jenis sosialisasi cukup efektif karena menggunakan media online dan offline, pencapaian tujuan program kurang efektif karena pendapatan asli daerah masih rendah, pelaksanaan program cukup efektif karena adanya koordinasi antar petugas, hasil pelaksanaan program kurang efektif karena belum mencapai target, evaluasi keberlanjutan program kurang efektif karena ketidak patuhan pengusaha, pemantauan keberlanjutan program kurang efektif karena keterbatasan sumber daya manusia. Faktor pendukung yaitu, aturan yang jelas dalam kebijakan pajak reklame, Akses informasi yang didapatkan secara digital. Faktor penghambat yaitu, Pemasangan reklame tanpa izin resmi, kepatuhan masyarakat yang masih kurang dalam membayar pajak reklame dan menerbitkan izin reklame, Keterbatasan sumber daya manusia.

Kepada Kepala Badan Pendapatan Derah untuk melakukan kerja sama dan melibatkan banyak instansi untuk mengatisipasi kekurangan jumlah pegawai, kepada pegawai untuk meningkatkan koordinasi antar organisasi sehingga mendapatkan informasi yang valid dan kepada pengusaha agar patuh terhadap penerbitkan izin reklame, pembayaran Pajak Reklame dan tertib tehadap aturan.

Kata Kunci: Efektivitas, Pajak Daerah

ABSTRACT

This billboard tax is managed by three government agencies, namely the One Stop Integrated Service Office, the Regional Revenue Agency, and the Pamong Praja Police Unit Office. The phenomenon of the problem is that entrepreneurs who pay taxes without official permits while those who have permits often do not pay taxes. the tax revenue target is quite high and the realization is still low and the monitoring team in the field is limited. This study aims to determine the effectiveness of Regional Regulation Number 6 of 2021 concerning Regional Taxes on the Billboard Tax Program in Hulu Sungai Utara Regency and the factors that influence it.

This study aims to determine the effectiveness of Regional Regulation Number 6 of 2021 concerning Regional Taxes on the Billboard Tax Programme in Hulu Sungai Utara Regency and the factors that influence it. This research uses a qualitative approach with a qualitative descriptive type. The data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. Data sources were taken through the selection of inporman porposive sampling totalling 12 people. After the data is collected then analysed with techniques including data reduction, data presentation, conclusion drawing. After that, the credibility test is carried out, expanding observation, increasing persistence, triagulation, discussion with colleagues and member checking.

The results showed that the effectiveness of Regional Regulation Number 6 of 2021 concerning Regional Taxes in Hulu Sungai Utara Regency was quite effective, the target accuracy indicator was less effective because there were entrepreneurs who did not pay taxes, the suitability of the program was effective because it was in accordance with regional regulations, program socialization and types of socialization were quite effective because they used online and offline media, the achievement of program objectives was less effective because local revenue was still low, program implementation was quite effective because of coordination between officers, the results of program implementation were less effective because they had not reached the target, evaluation of program sustainability was less effective because of entrepreneur disobedience, monitoring program sustainability was less effective due to limited human resources. Supporting factors are clear rules in billboard tax policy, access to information obtained digitally. The inhibiting factors are the installation of billboards without official permits, lack of public compliance in paying billboard tax and issuing billboard permits, limited human resources.

To the Head of the Regional Revenue Agency to collaborate and involve many agencies to anticipate the shortage of employees, to employees to improve coordination between organizations so as to obtain valid information and to entrepreneurs to comply with the issuance of billboard permits, payment of Billboard Tax and orderly to the rules.

Keyword: *Effectiveness, local tax*

PENDAHULUAN

Mengingat sumber pendapatan daerah yang terbesar adalah berasal dari Dana Perimbangan, maka salah satu indikator utama yang menunjukkan kemandirian daerah adalah kemampuan mengelola dan meningkatkan sumber-sumber pembiayaan pembangunan yang berasal dari daerah sendiri, yaitu Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pajak adalah perikatan yang timbul karena undang-undang yang mewajibkan seseorang memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan oleh undang-undang untuk membayar sejumlah uang kepada kas negara, yang dipaksakan, tanpa mendapatkan suatu imbalan yang secara langsung dapat ditunjuk, yang dapat digunakan untuk membiayai pegeluaran-pengeluaran negara (rutin dan pembangunan) dan digunakan sebagai alat penghambat dan pendorong untuk mencapai tujuan diluar bidang keuangan. Sedangkan Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Salah satu Pendapatan Asli Daerah (PAD) dalam Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) adalah pajak daerah. Pemungutan pajak daerah oleh pemerintah daerah Provinsi Maupun Kabupaten/Kota diatur oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009. Jenis pajak daerah sebagaimana yang ada dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 adalah Pajak Kendaran Bermotor, Biaya Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, Pajak Air Permukaan, Pajak Rokok, Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan Dan Perkotaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan teori Budiani (Dedi Amrizal, 2018 : 59), yang meliputi : Ketepatan Sasaran Program, Sosialisasi Program, Tercapainya Tujuan Program, Pemantauan Program. Teori ini relevan untuk mengevaluasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Pada Program Pajak Reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara berdasarkan fungsi-fungsi ektifitas tersebut, sekaligus mengidentifikasi hambatan yang dihadapi serta memberikan rekomendasi strategis untuk peningkatan pendapatan daerah.

Secara garis besar, tujuan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Mengetahui Efektivitas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah Pada Program Pajak Reklame Di Kabupaten Hulu Sungai Utara.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Efektivitas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah Pada Program Pajak Reklame Di Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Dengan mencapai tujuan-tujuan tersebut, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak terkait dalam pengambilan kebijakan pajak daerah khususnya pajak reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan penulis, penulis menemukan beberapa permasalahan yang terjadi terhadap program pajak daerah di Kabupaten Hulu Sungai Utara sebagai berikut:

1. Masih ada pengusaha yang membayar pajak tanpa izin resmi, sementara pengusaha yang memiliki izin seringkali tidak memenuhi kewajiban pajaknya. Selain itu jumlah objek pengusaha pajak reklame yang masih terbatas menghambat proses pemungutan pajak.
2. Target penerimaan pajak di Kabupaten Hulu Sungai Utara cukup tinggi, namun capaian realisasinya masih rendah. Hal ini disebabkan oleh ketidakpatuhan pengusaha dalam membayar pajak, Selain itu rendahnya kontribusi pengusaha dalam mendaftarkan izin serta membayar pajak mempengaruhi kepatuhan dan penerimaan daerah.
3. Minimnya jumlah sumber daya manusia atau tim pemantauan yang terjun langsung ke lapangan membuat petugas kesulitan dalam memantau dan mendata pengusaha pajak reklame akibatnya, petugas sering kali harus melakukan kunjungan berulang kepada pengusaha hanya untuk melengkapi dan mengisi formulir yang diperlukan, yang memperlambat proses administrasi dan mengurangi efisiensi pemungutan pajak reklame.

METODE

Penelitian ini menggunakanadalah metode penelitian kualitatif dengan tipe diskriftif. yaitu penelitian yang menjelaskan sesuatu yang menjadi sasaran penelitian secara luas, menyeluruh, dan mendalam. Artinya penelitian tersebut dilakukan untuk mengungkap segala sesuatu atau berbagai aspek dari sasaran penelitiannya. (Sugiyono, 2022). Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2015). Dengan menggunakan *purposive sampling*, peneliti memilih 12 informan untuk dijadikan sebagai sumber data peneliti. Metode untuk memilih sumber data dengan tujuan tertentu disebut dengan *purposive sampling* (Sugiyono, 2016). Dengan menggunakan teori pengukuran efektivitas menurut Budiani dalam Dedi Amrizal (2018), yang meliputi : Ketepatan Sasaran Program, Sosialisasi Program, Tercapainya Tujuan Program, Pemantauan Program. Beberapa metode yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, Penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013). Uji kredibilitas data dinilai dengan melakukan memperluas observasi, meningkatan ketekunan, triangulasi, dfiskusi dengan rekan sejawat, member checking (Sugiyono, 2015).

PEMBAHASAN

A. Efektivita Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah Pada Program Pajak Reklame Di Kabupaten Hulu Sungai Utara

Penelitian ini menggunakan teori efektivitas yang ditulis oleh Dedi Amrizal didalam bukunya yang dikutip dari teori Budiani 2018: 59 yang menyatakan bahwa untuk mengukur efektivitas program dapat dilakukan dengan menggunakan 4 variabel berupa : Ketepatan sasaran

program, Sosialisasi program, Tujuan program, Pemantauan program.

1. Ketepatan sasaran program

Pemahaman program dalam hal ini sejauh mana peserta program tepat dengan sasaran yang sudah ditentukan sebelumnya. terdapat dua indikator yang telah dievaluasi, yaitu ketepatan sasaran dan kesesuaian program dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Ketepatan sasaran

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi pelaksanaan pajak reklame berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 dinilai kurang efektif. Hal ini disebabkan oleh ketidak tepatan sasara data wajib pajak, seperti pengusaha tanpa izin yang tetap membayar pajak dan pengusaha berizin yang tidak membayar. Selain itu, proses penyisiran objek reklame belum dilakukan secara menyeluruh, sehingga masih banyak objek yang tidak tercatat. Kondisi ini menunjukkan adanya kelemahan dalam validasi data dan pengawasan terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketepatan sasaran program secara keseluruhan kurang efektif. Hal ini sesuai dengan teori Budiani (2018: 59) yang mengidentifikasi kriteria sasaran sebagai salahsatu indikator efektivitas pajak reklame.

b. Kesesuaian program

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi tentang pelaksanaan pajak reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara dinilai efektif karena telah sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 dan juga dinilai memenuhi harapan masyarakat serta pengusaha. Besaran pajak yang dikenakan tidak membebani, dan pengusaha tidak mengeluhkan nominal yang ditetapkan. Koordinasi yang baik antara Badan Pendapatan Daerah dan Satpol PP juga mendukung penegakan peraturan daerah ini dengan lancar. Secara keseluruhan, program ini telah berjalan efektif.

2. Sosialisasi program

Kemampuan penyelenggaaan program dalam melakukan sosialisasi program. Sehingga informasi terkait pelaksanaan program dapat tersampaikan kepada masyarakat pada umumnya dan sasaran peserta program pada khususnya. terdapat dua indikator yang telah dievaluasi, yaitu sosialisasi program dan jenis sosialisasi dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Sosialisasi program

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tentang sosialisasi pajak reklame dianggap cukup efektif karena telah dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti pertemuan langsung dengan pengusaha, penyebaran informasi melalui media sosial, situs web, dan pemasangan baliho. Hal ini memudahkan pengusaha untuk mengakses informasi tentang kewajiban pajak reklame mereka. Namun, efektivitasnya masih terbatas karena meskipun informasi telah tersebar, beberapa pengusaha tetap menunjukkan pemahaman yang kurang mendalam. Penyampaian yang terkadang terlalu umum menjadi salah satu faktor penyebabnya. Oleh karena itu perlu perbaikan agar pengusaha lebih memahami dan mematuhi kewajiban pajak reklame.

b. Jenis sosialisasi

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi tentang jenis sosialisasi dinilai cukup efekif karena jenis sosialisasi yang diberikan oleh petugas pajak reklame melalui berbagai saluran komunikasi. Informasi disebarkan melalui media sosial seperti Instagram dan Kominfo TV, yang memungkinkan masyarakat mengakses informasi

dengan mudah. Selain itu, selebaran yang berisi informasi tentang pajak reklame dan peraturan daerah juga dibagikan kepada pengusahsa. Pemasangan baliho di sekitar Badan Pendapatan Daerah turut digunakan sebagai media visual untuk menyampaikan kewajiban pajak reklame kepada pengusaha dan masyarakat.

3. Tercapainya Tujuan Program

Tujuan program yaitu sejauh mana kesesuaian antara hasil pelaksanaan program dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Indikator ini berbentuk deskripsi konkret mengenai keterampilan dan kompetensi yang perlu dikuasai oleh peserta pelatihan sebagai bukti bahwa mereka telah mencapai tujuan proses pajak reklame. terdapat tiga indikator yang telah dievaluasi, yaitu Pencapaian tujuan program, pelaklanaan program dan hasikl pelaksanaan program dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Pencapaian tujuan program

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi tentang bahwa pencapaian tujuan program masih kurang efektif. Meskipun tujuan program jelas, yaitu meningkatkan PAD dan menertibkan pemasangan reklame, tapi untuk pencapaiannya masih rendah ditambah dengan faktor menghambat pencapaiannya adalah rendahnya jumlah wajib pajak terdaftar dan kurangnya kesadaran pengusaha untuk mematuhi peraturan yang berlaku. Beberapa pengusaha merasa program ini berjalan baik, namun pada nyatanya potensi pajak yang digali masih sangat besar.

b. Pelaksanaan program

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi tentang bahwa pelaksanaan program pajak reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara dapat dikatakan cukup efektif. Program ini melibatkan beberapa tahapan, mulai dari proses perizinan hingga pembayaran pajak. Proses perizinan memerlukan izin dari dinas terkait, dengan PTSP yang menyerahkan data kepada Badan Pendapatan Daerah untuk penarikan pajak sesuai spesifikasi reklame. Selain itu, terdapat koordinasi yang baik antara Badan Pendapatan Daerah dan Satpol PP dalam mendata objek pajak reklame yang belum terdaftar. Satpol PP juga berperan dalam penegakan peraturan dan memastikan reklame yang tidak terdaftar tetap dikenakan pajak. Meskipun pelaksanaan pajak reklame di kabupaten ini cukup efektif, pendapatan yang diperoleh dari reklame rokok masih lebih rendah dibandingkan daerah lain, karena kebijakan Kabupaten Hulu Sungai Utara sebagai kota layak anak yang melarang reklame rokok.

c. Hasil pelaksanaan program

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi tentang bahwa hasil pelaksanaan program pajak reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara masih kurang efektif dalam meningkatkan PAD. Pada tahun 2023, target pajak reklame sebesar Rp. 477.295.000, namun capaian hanya mencapai Rp. 92.430.990, atau sekitar 92,43% dari target. Untuk tahun 2024, target pajak diturunkan menjadi Rp. 100.000.000, namun hingga saat ini, hanya tercapai Rp. 76.071.000, yang berarti sekitar 76,07% dari target. Rendahnya kesadaran dan kepatuhan pengusaha reklame terhadap kewajiban pajak menjadi faktor utama yang menghambat pencapaian target. Selain itu, kebijakan Kabupaten Hulu Sungai Utara sebagai kota layak anak yang melarang reklame rokok, turut membatasi potensi pendapatan dari pajak reklame dan tidak sesuainya jumlah objek pajak dengan target yang ditetapkan juga berkontribusi terhadap hasil yang belum maksimal.

4. Pemantauan program

Pemantauan program ialah kegiatan setelah dilaksnakannya program sebagai bentuk perhatian kepada peserta program. Kegiatan pemantauan ini merupakan bentuk perhatian yang diberikan kepada peserta atau pihak yang terlibat dalam program, guna memastikan bahwa tujuan yang telah ditetapkan tercapai. terdapat dua indikator yang telah dievaluasi, yaitu , Evaluasi terhadap keberlanjutan pelaksanaan program, pemantauan keberlanjutan pelaksanaan program dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Evaluasi terhadap keberlanjutan pelaksanaan program

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi tentang evaluasi terhadap program masih kurang efektif , karena pajak reklame menunjukkan bahwa efektivitasnya dalam mencapai target Pendapatan Asli Daerah (PAD) masih terhambat oleh beberapa faktor. Kendala utama meliputi rendahnya jumlah objek reklame yang terdaftar, ketidakpatuhan pengusaha dalam membayar pajak, dan penagihan pajak yang tidak efektif. Selain itu, ketidaktepatan antara target yang ditetapkan dari kondisi di lapangan, serta koordinasi antara Bapenda dan PTSP masih kurang, sehingga masih ada keterlambatan dalam proses administrasi proses perizinan pajak reklame. Meskipun upaya perbaikan telah dilakukan, untuk mencapai target PAD, perlu peningkatan kepatuhan pengusaha, penyesuaian target yang lebih realistis, dan koordinasi yang lebih baik antar instansi terkait.

b. Pemantauan keberlanjutan pelaksanaan program

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokomentasi tentang bahwa pemantauan keberlanjutan pelaksanaan program kurang efektif observasi, Meskipun Badan Pendapatan Daerah berupaya melakukan pemantauan secara berkala, proses tersebut masih terkendala oleh beberapa masalah. Salah satu masalah utama adalah penagihan pajak yang tidak cukup memberi efek jera kepada wajib pajak yang menunggak. Selain itu, terbatasnya jumlah sumber daya manusia di Bapenda juga menjadi hambatan besar. Tim pemantauan hanya bekerja pada hari-hari tertentu, sehingga proses pemantauan dan pencapaian target pajak reklame menjadi tidak merata dan kurang terkoordinasi. Selain itu, petugas kesulitan dalam menemukan pengusaha yang belum membayar pajak, yang membuat mereka harus mengunjungi kembali pengusaha yang sudah pernah diperiksa untuk memberikan formulir. Meskipun ada bantuan dari Satpol PP dalam proses pemungutan pajak, kendala dalam pemantauan dan penagihan masih tetap ada, yang pada akhirnya menghambat efektivitas keseluruhan program pajak reklame.

B. Faktor Yang Mempengaruhi Efektivita Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah Pada Program Pajak Reklame Di Kabupaten Hulu Sungai Utara

Dalam suatu program yang dibentuk dan dijalankan pasti ada faktor yang mempengaruhi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Seperti faktor pendorong dan faktor penghambat.

Berikut Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivita Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah Pada Program Pajak Reklame Di Kabupaten Hulu Sungai Utara :

1. Faktor Pendorong

Faktor pendorong dalam efektivitas mengacu pada elemen-elemen yang mendukung dan berkontribusi pada keberhasilan suatu program, faktor-faktor ini memiliki pengaruh positif dan membantu pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

a. Aturan yang jelas dalam kebijakan pajak reklame

Pajak Reklame ini sudah diatur dengan jelas dalam Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah.

Berdasarkan wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa Aturan yang jelas dalam kebijakan pajak reklame sudah efektif karena kebijakan pajak reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara, sesuai dengan Perda Nomor 6 Tahun 2021, telah diterapkan secara efektif. Keberhasilan ini didorong oleh adanya aturan yang jelas dan tarif yang wajar, yang tidak memberatkan pengusaha. Penegakan aturan berjalan lancar, meski denda atas keterlambatan pembayaran tetap diterapkan untuk mendorong kepatuhan. Secara keseluruhan, kebijakan ini menciptakan sistem perpajakan yang adil, transparan, dan efektif, serta mendukung kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam mendukung perekonomian daerah.

b. Akses informasi yang didapatkan secara digital

akses informasi secara digital mengacu pada penggunaan teknologi untuk menyediakan dan mempermudah pengusaha atau masyarakat dalam mengakses informasi terkait pajak reklame. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan kemudahan dalam penyampaian informasi yang berkaitan dengan kewajiban pajak reklame, prosedur pendaftaran, tarif, serta syarat-syarat yang berlaku. manfaat dan mekanisme program akan membangun kepercayaan publik bahwasalnya sosialisasi dan jenis program yang diberikan secara terbuka membantu miningkatkan pemahaman masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa faktor pendorong akses informasi secara digital efektif dalam pelaksanaan program pajak reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara meliputi sosialisasi yang efektif melalui berbagai saluran, seperti media sosial, televisi, dan tatap muka dengan pengusaha, untuk meningkatkan pemahaman mengenai kewajiban pajak. Proses izin yang jelas dan terstruktur dari Dinas PTSP, didukung oleh pemanfaatan teknologi (seperti aplikasi Simpatda) untuk perhitungan dan administrasi pajak, juga berperan dalam meningkatkan efisiensi dan akurasi. Koordinasi yang baik antara Dinas PTSP dan BAPENDA, serta pengawasan dan penegakan hukum, turut meningkatkan kepatuhan. Dukungan tenaga ahli dan anggaran yang memadai memastikan kelancaran pelaksanaan program ini. Secara keseluruhan, faktor-faktor ini saling mendukung untuk meningkatkan keberhasilan program pajak reklame.

2. Faktor Penghambat

Faktor penghambat dalam efektivitas mengacu pada elemen-elemen yang menghalangi atau menghambat keberhasilan suatu program, faktor-faktor ini memiliki pengaruh negatif dan menghambat dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

a. Pemasangan reklame tanpa izin resmi

Pemasangan reklame tanpa izin resmi Pengusaha seringkali memasang reklame tanpa melalui prosedur pendaftaran dan perizinan yang sah sesuai regulasi yang berlaku. mengakibatkan pengusaha tidak terdaftar dalam sistem pajak, sehingga objek pajak reklame yang sah menjadi terbatas, dan penerimaan pajak terganggu. Mempengaruhi efektivitas suatu program dikaitkannya Ketepatan sasaran, masih belum efektif. hal ini dapat mengindikasikan bahwa tidak adanya strategi yang terstruktur atau tahapan pelaksanaan yang jelas menjadi salah satu akar masalah utama.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi faktor penghambat pada program pajak reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara masih dikatakan kurang efektif dan kurangnya Pemasangan reklame tanpa izin resmi masih menjadi masalah utama yang dihadapi dalam

pengelolaan pajak reklame adalah ketepatan sasaran usaha pajak reklame di wilayah hulu sungai utara masih sedikit, dan banyak reklame yang dipasang oleh pengusaha dari luar daerah. Hal ini mengurangi potensi realisasi pajak reklame secara maksimal. dan masih ada banyak reklame yang tidak memiliki izin atau belum mendaftarkan izin usaha. Ketidakpatuhan ini menghambat pendapatan pajak reklame yang seharusnya diterima. Kurangnya penyisiran dan pengawasan mengakibatkan ketepatan sasaran pajak reklame belum tercapai dan kehadiran pengusaha dari luar daerah yang memasang reklame tanpa mengikuti peraturan setempat juga menjadi permasalahan dalam pencapaian target pajak reklame. untuk mengatasi permasalahan ini, perlu dilakukan langkah-langkah strategis seperti peningkatan penyisiran dan pengawasan, sosialisasi yang lebih gencar kepada pengusaha, serta penegakan peraturan yang lebih ketat terhadap pengusaha dari luar daerah. Dengan demikian, diharapkan pencapaian target sasaran pajak reklame dapat lebih efektif.

b. Kepatuhan masyarakat yang masih kurang dalam membayar pajak reklame dan menerbitkan izin reklame

Kepatuhan masyarakat merupakan kondisi masyarakat yang menyadari kewajibannya sebagai wajib pajak, terkait dengan kesadaran masyarakat dalam Efektifitas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Pada Program Pajak Reklmae di Kabupaten Hulu sungai utara.

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi tentang Kepatuhan masyarakat yang masih kurang dalam membayar pajak reklame kurang efektif, faktor penghambat kendala utama yang dihadapi adalah rendahnya jumlah wajib pajak dan ketidakpatuhan pengusaha dalam memenuhi kewajiban, meskipun objek pajak komersial sudah dikenakan pajak. Beberapa reklame, terutama reklame rokok, juga bertentangan dengan kebijakan kota yang mengutamakan kelayakan anak. Meskipun targetnya diturunkan untuk tahun ini tapi hasilnya masih rendah. Upaya perbaikan yang dilakukan meliputi penyisiran pajak reklame yang belum terdaftar dan mengajak pengusaha untuk memenuhi kewajiban mereka. Secara keseluruhan, meskipun ada beberapa langkah positif, program pajak reklame ini masih menghadapi tantangan besar dalam mencapai hasil yang lebih efektif dan sesuai dengan target yang diharapkan.

c. Keterbatasan sumber daya manusia

Sumber daya manusia menjadi faktor utama dalam pelaksanaan kebijakan, jumlah tenaga kerja yang kurang memadai membuat hasil pelakanaan, evaluasi dan pemantauan tidak dapat dilakukan secara optimal dan berkelanjutan. Jadi terkait dengan keterbatasan sumber daya manusia dalam Efektifitas Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tentang Pajak Daerah studi kasus Pajak Reklame yaitu :

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi kurangnya sumber daya manusia dalam pelaksanaan program pajak reklame masih belum berjalan dengan efektif. Koordinasi antar instansi, meskipun ada kerjasama antara Badan Pendapatan Daerah, Satpol PP, dan PTSP, masih kurang optimal. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) menghambat pengawasan reklame, yang berdampak pada tidak tercapainya target. Selain itu, sistem pemantauan yang belum terstruktur dengan baik juga mengurangi efektivitas program. Perbaikan diperlukan pada sumber daya manusia (SDM), koordinasi antar instansi, dan pengembangan sistem pemantauan untuk mencapai hasil yang lebih maksimal.

SIMPULAN

Dari hasil kegiatan penelitian tentang Efektivitas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah Pada Program Pajak Reklame Di Kabupaten Hulu Sungai Utara yang telah peneliti lakukan setidaknya dapat disimpulkan yaitu: Efektivitas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah Pada Program Pajak Reklame Di Kabupaten Hulu Sungai Utara disimpulkan cukup efektif, hal tersebut dapat dilihat pada aspek: Ketepatan sasaran program adapun indikator *pertama* ketepatan sasaran kurang efektif karena masih ditemukan pengusaha yang tidak memenuhi kewajiban membayar pajak daerah. *kedua* kesesuaian program efektif karena program ini telah berjalan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021. pada aspek: Sosialisasi program meliputi indikator *ketiga* sosialisasi program wajib pajak reklame cukup efektif karena Sosialisasi telah dilakukan melalui berbagai media, baik online maupun offline, sehingga mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas. *Keempat* jenis sosialisasi cukup efektif karena sosialisasi yang diberikan menggunakan media instagram, kominfo tv, vidiotron ,tatap muka, selebaran dan baliho. pada aspek: tujuan Program meliputi indikator *kelima* pencapaian tujuan program kurang efektif karena pendapatan asli daerah (PAD) yang bersumber dari pajak daerah masih berada di bawah target yang diharapkan. *Keenam* pelaksanaan program cukup efektif karena adanya koordinasi yang baik antarpetugas dalam menjalankan tugas masing-masing. *Ketujuh*, hasil pelaksanaan program kurang efektif karena target penerimaan pajak yang telah ditetapkan belum sepenuhnya tercapai. pada aspek: Pemantauan program meliputi indikator *kedelapan* evaluasi keberlanjutan program kurang efektif karena tingkat kepatuhan pengusaha masih rendah. *Kesembilan*, Pemantauan program meliputi indikator pemantauan keberlanjutan program kurang efektif karena akibat keterbatasan jumlah dan kualitas sumber daya manusia yang tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Z. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.

Amrizal, D. (2018) *Penanggulangan Golput dalam Pelaksanaan Pemilu Legislatif dan Pilkada*. Medan: Lembaga Penilitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.

Anggara, S. (2015) *Metode penelitian administrasi*. Cetakan ke-1. Bandung: CV Pustaka Setia.

Angrayni, L. (2018) *Efektivitas Rehabilitasi Pecandu Narkotika Serta Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kejahatan di Indonesia*.

Anonim (2021) *Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah*.

Anwar, M. (2024) *Efektivitas Penerapan Peraturan Daerah Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Sarang Burung Walet Di Kecamatan Haur Gading*. Universitas Islam Kalimantan Selatan (UNISKA).

Asriel, A.S. (2018) *Manajemen Kearsipan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Hadiwijoyo, S.S. (2021) *Pelayanan Publik*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Handayani, F. (2014) *Efektifitas Penerimaan Pajak Daerah Pada Badan Pendapatan Daerah Di Kabupaten Barru (Perspektif Akuntasi Syariah) Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare*. Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Herdiansyah, H. (2014) *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Ibrahim (2018) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeth.

Mahnolita, A.T.D.L.M. (2018) *Efektivitas Program Posyandu Lansia di Kabupaten Sidoarjo*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Moelong, L.J. (2016) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mutiarin, D.& A.Z. (2014) *Manajemen Birokrasi dan Kebijakan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sawir, M. (2020) *Birokrasi Pelayanan Publik Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.

Silalahi, U. (2017) *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: PT Refika.

Sinambela, L.P. (2016) *Reformasi Pelayan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono (2015) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Administrasi Dan Metode R&D*. Cetakan ke.23 Bandung: CV. ALFABETA.

Sugiyono (2022) *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Ke-3. Bandung: CV. ALFABETA.

Wardiah (2016) *Efektivitas Program Konvergansi Percepatan Penurunan Stunting (KP25) Di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. Stia Amuntai*. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.