JURNAL
KEBIJAKAN PUBLIK
ISSN : 3063-3664
Vol. 3, No. 3, 2026

IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH NOMOR 1 TAHUN 2024 DALAM PEMUNGUTAN PAJAK REKLAME DI KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Yulia Hafizhah[1], M. Arsyad[2], Selamat Riadi[3]
Program Studi Administrasi Publik
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
e-mail: hafizhahyulia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berbagai kendala dalam pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame di Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, seperti ketidakjelasan status kepemilikan reklame, lemahnya koordinasi antarinstansi, serta keterbatasan sumber daya manusia dalam kegiatan pengawasan. Penelitian bertujuan menganalisis implementasi Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pemungutan Pajak Reklame. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Informan penelitian berjumlah 13 orang yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dengan uji kredibilitas melalui triangulasi dan teknik pendukung lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 tergolong cukup baik. Aspek cara pelaksanaan, kewenangan, fasilitas, sikap pelaksana, pengaturan birokrasi, insentif, dan pembagian tugas telah berjalan dengan baik, sedangkan sosialisasi, kejelasan informasi, konsistensi pelaksanaan, ketersediaan staf, dan SOP khusus pajak reklame masih belum optimal. Faktor penghambat meliputi keterbatasan staf, rendahnya kesadaran masyarakat, minimnya fasilitas, dana operasional, informasi kepemilikan reklame, pemahaman regulasi, dan sosialisasi. Faktor pendukung meliputi kelengkapan administrasi wajib pajak, peningkatan kapasitas aparatur, regulasi yang jelas.

Kata Kunci: Implementasi Perda No. 1 Tahun 2024, Pemungutan Pajak Reklame, Kecamatan Amuntai Tengah

ABSTRACT

This study was motivated by several obstacles in the implementation of billboard tax collection in Amuntai Tengah District, Hulu Sungai Utara Regency, including unclear billboard ownership status, weak inter-agency coordination, and limited human resources for supervision. The research aimed to analyze the implementation of Regional Regulation Number 1 of 2024 concerning billboard tax collection. This study employed a descriptive qualitative approach. Thirteen informants were selected using purposive sampling. Data were collected through interviews, observations, and documentation, then analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing supported by credibility testing through triangulation and other validation techniques. The findings indicate that the implementation of Regional Regulation Number 1 of 2024 is generally adequate. The implementation procedures, authority, facilities, implementers' commitment, bureaucratic structure, incentives, and task distribution have been carried out effectively. However, socialization, information clarity, implementation consistency, staffing, and the absence of a specific standard operating procedure remain inadequate. The main obstacles include limited personnel, low public awareness, insufficient supporting facilities and operational funds, incomplete ownership information, limited understanding of tax regulations, and inadequate dissemination. Supporting factors include complete taxpayer administrative data, improved staff capacity, clear regulatory provision.

Keywords:. *Implementation of Regional Regulation No. 1 of 2024, Collection of Advertising Tax, Amuntai Tengah District*

PENDAHULUAN

Pajak merupakan instrumen fiskal yang memiliki kontribusi strategis dalam mendukung penyelenggaraan pemerintahan, pembiayaan pelayanan publik, serta percepatan pembangunan nasional maupun daerah. Penerimaan yang bersumber dari sektor perpajakan menjadi modal utama bagi pemerintah dalam menyediakan berbagai fasilitas umum, meningkatkan kualitas pendidikan dan kesehatan, memperbaiki infrastruktur, serta melaksanakan berbagai program pemberdayaan masyarakat (Syarifudin, 2021). Di tingkat daerah, optimalisasi penerimaan tidak hanya berasal dari pajak, tetapi juga didukung oleh retribusi serta sumber-sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) lainnya. Semakin besar kemampuan pemerintah daerah menghimpun PAD, semakin luas pula ruang fiskal yang dimiliki untuk membiayai kebutuhan pembangunan sesuai dengan karakteristik dan potensi wilayah masing-masing (Sihombing & Sibagariang, 2020).

Landasan hukum mengenai pemungutan pajak daerah di Indonesia diatur melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah yang menegaskan bahwa pajak daerah merupakan kontribusi wajib yang dibebankan kepada orang pribadi maupun badan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan tanpa imbal balik secara langsung dan dimanfaatkan sebesar-besarnya bagi kemakmuran masyarakat. Regulasi tersebut sekaligus memberikan kewenangan kepada pemerintah provinsi serta pemerintah kabupaten/kota dalam mengelola berbagai jenis pajak sesuai dengan pembagian kewenangan yang telah ditetapkan (Agustino, 2022). Salah satu komponen penerimaan yang menjadi kewenangan pemerintah kabupaten/ kota ialah pajak reklame, yaitu pungutan atas penyelenggaraan media promosi yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha maupun pihak lainnya untuk kepentingan komersial.

Kabupaten Hulu Sungai Utara merupakan salah satu daerah di Provinsi Kalimantan Selatan yang terus berupaya meningkatkan kapasitas fiskal melalui penguatan penerimaan PAD. Di antara berbagai jenis pajak daerah, pajak reklame memiliki prospek yang cukup besar karena aktivitas pemasangan media promosi berkembang seiring meningkatnya kegiatan perdagangan, jasa, dan usaha. Keberadaan papan reklame, billboard, videotron, spanduk, baliho, neon box, hingga media promosi lainnya yang tersebar pada berbagai lokasi strategis menunjukkan adanya potensi penerimaan yang dapat dioptimalkan apabila dikelola secara efektif. Oleh sebab itu, pengelolaan pajak reklame memerlukan sistem administrasi, pengawasan, serta koordinasi kelembagaan yang mampu menjamin kepatuhan wajib pajak sekaligus meningkatkan kontribusinya terhadap pendapatan daerah.

Sebagai organisasi perangkat daerah yang memiliki kewenangan dalam pengelolaan pendapatan, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara bertanggung jawab melaksanakan pemungutan pajak reklame sesuai ketentuan yang berlaku. Pelaksanaan kewenangan tersebut berpedoman pada Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Regulasi tersebut mengatur subjek, wajib pajak, objek, dasar pengenaan, besaran tarif, hingga mekanisme pemungutan pajak reklame. Berdasarkan ketentuan tersebut, subjek pajak merupakan setiap orang pribadi ataupun badan yang memanfaatkan reklame, sedangkan wajib pajak adalah pihak yang menyelenggarakan pemasangan reklame. Tarif pajak reklame ditetapkan sebesar 25 persen dari dasar pengenaan berupa nilai sewa reklame. Objek

yang dikenakan pungutan meliputi reklame papan, billboard, videotron, megatron, reklame kain, stiker, selebaran, reklame berjalan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film atau slide, serta reklame peragaan.

Meskipun telah memiliki dasar hukum yang jelas, implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di Kecamatan Amuntai Tengah masih menghadapi berbagai tantangan. Hasil observasi awal memperlihatkan bahwa identifikasi kepemilikan sejumlah objek reklame belum sepenuhnya terdokumentasi secara akurat. Kondisi tersebut menyebabkan proses penetapan maupun penagihan pajak mengalami hambatan karena tidak seluruh media promosi memiliki informasi kepemilikan yang jelas. Dari sekitar 200 objek reklame yang tersebar pada berbagai lokasi, sebagian belum tercatat secara lengkap dalam administrasi pemerintah daerah sehingga berpotensi menimbulkan kehilangan potensi penerimaan PAD.

Permasalahan lain berkaitan dengan koordinasi antarlembaga yang memiliki kewenangan berbeda dalam pengelolaan reklame. Proses penerbitan izin berada pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, sedangkan pemungutan pajak menjadi tanggung jawab Badan Pendapatan Daerah (Igrisa, 2022). Perbedaan persepsi mengenai tahapan administrasi, khususnya terkait kewajiban memperoleh izin sebelum pembayaran pajak dilakukan, menyebabkan proses pelayanan belum berlangsung secara optimal. Lamanya prosedur perizinan turut memengaruhi efektivitas pelaksanaan pemungutan sehingga berimplikasi terhadap keterlambatan penerimaan pajak.

Selain aspek koordinasi, keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi kendala dalam pelaksanaan pengawasan lapangan. Jumlah petugas yang bertanggung jawab melakukan monitoring reklame dinilai belum sebanding dengan banyaknya objek yang harus diawasi. Berdasarkan informasi lapangan, hanya terdapat enam personel yang menangani lebih dari seratus objek reklame terdaftar. Kondisi tersebut diperparah oleh terbatasnya dukungan anggaran operasional sehingga kegiatan pengawasan, pendataan, maupun penertiban belum dapat dilaksanakan secara maksimal. Akibatnya, masih terdapat reklame yang masa izinnya telah berakhir ataupun belum memenuhi kewajiban perpajakan tanpa segera teridentifikasi.

Implementasi kebijakan publik pada hakikatnya tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan regulasi, tetapi juga ditentukan oleh efektivitas komunikasi, ketersediaan sumber daya, karakteristik organisasi pelaksana, disposisi aparatur, serta struktur birokrasi yang mendukung pelaksanaan kebijakan (Suprayitno Fitriana Selvia et al., 2024). Pandangan tersebut sejalan dengan teori implementasi kebijakan yang dikemukakan oleh George C. Edward III yang menempatkan komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi sebagai determinan utama keberhasilan pelaksanaan suatu kebijakan publik. Apabila keempat dimensi tersebut berjalan secara optimal, maka tujuan kebijakan akan lebih mudah diwujudkan (Ravyansah. Et al., 2022).

Sejumlah penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame masih menghadapi berbagai kendala. Penelitian (Abdurrahman, 2024) mengungkapkan bahwa pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 belum sepenuhnya efektif akibat keterbatasan jumlah pegawai, koordinasi antarlembaga yang belum optimal, serta rendahnya kepatuhan masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Sementara itu, penelitian (Rohman et al., 2020) mengenai implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di Kota Malang menunjukkan bahwa efektivitas penerimaan pajak dipengaruhi oleh intensifikasi pengawasan, peningkatan kompetensi aparatur, pendataan wajib pajak baru, serta kegiatan sosialisasi yang berkelanjutan. Penelitian tersebut juga mengidentifikasi

ISSN : 3063-3664
Vol. 3, No. 3, 2026

sejumlah faktor pendukung berupa ketersediaan sarana, sistem informasi, dan kondisi ekonomi, sedangkan hambatan utama berasal dari rendahnya kesadaran wajib pajak, keterbatasan kualitas aparatur, serta perubahan media reklame menuju teknologi digital.

Walaupun memiliki kesamaan dalam mengkaji implementasi kebijakan perpajakan daerah, penelitian ini mempunyai kebaruan dibandingkan penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut terletak pada regulasi yang menjadi fokus kajian, yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang merupakan ketentuan terbaru setelah berlakunya Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022. Selain itu, penelitian ini secara khusus menelaah implementasi pemungutan pajak reklame di Kecamatan Amuntai Tengah dengan menitikberatkan pada efektivitas pelaksanaan kebijakan serta faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat penerapannya dalam praktik administrasi pemerintahan daerah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 1 Tahun 2024 dalam pemungutan pajak reklame di Kecamatan Amuntai Tengah. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis terhadap pengembangan kajian administrasi publik, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan pajak reklame sehingga potensi Pendapatan Asli Daerah dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat.

METODE

Penelitian dilaksanakan di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan fokus pada implementasi pemungutan Pajak Reklame di Kecamatan Amuntai Tengah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan sumber data primer dan sekunder (Rita Fiantika et al., 2022). Informan dipilih melalui teknik purposive sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Keabsahan data diuji melalui perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, penggunaan bahan pendukung, dan member checking (Ratnaningtyas., 2022).

PEMBAHASAN

A. Implementasi Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 Dalam Pemungutan Pajak Reklame di Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara

1. Komunikasi

   Komunikasi merupakan unsur penting dalam keberhasilan implementasi kebijakan karena menentukan sejauh mana informasi dapat diterima, dipahami, dan dilaksanakan oleh seluruh pihak yang berkepentingan. Efektivitas komunikasi diukur melalui penyampaian informasi, pemahaman terhadap isi kebijakan, serta kesinambungan pelaksanaan di lapangan.

   a. Adanya Sosialisasi

      Sosialisasi telah dilakukan melalui pertemuan langsung, penyuluhan, brosur, dan media massa. Namun, pelaksanaannya masih belum maksimal karena jangkauan penyampaian belum merata dan sebagian pemilik reklame belum memahami ketentuan perpajakan. Kondisi ini belum sepenuhnya

ISSN : 3063-3664
Vol. 3, No. 3, 2026

sesuai dengan teori George C. Edward III mengenai pentingnya komunikasi dalam implementasi kebijakan.

b. Kejelasan Informasi

Penyampaian informasi mengenai Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 masih kurang efektif. Meskipun dilakukan melalui penagihan langsung dan penyebaran brosur, distribusinya belum menjangkau seluruh wajib pajak sehingga pemahaman terhadap aturan serta kepatuhan perpajakan masih rendah. Temuan ini belum sepenuhnya sejalan dengan teori George C. Edward III.

c. Konsistensi Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan lapangan telah dilakukan secara berkala, tetapi belum mencakup seluruh pemilik reklame. Akibatnya, pembinaan dan penyampaian informasi belum merata sehingga implementasi kebijakan belum optimal. Kondisi tersebut belum sepenuhnya memenuhi konsep George C. Edward III yang menekankan pentingnya konsistensi dalam pelaksanaan kebijakan.

2. Sumber Daya (Resources)

Sumber daya merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan implementasi kebijakan, meliputi ketersediaan aparatur, pemahaman pelaksanaan, kewenangan, serta fasilitas pendukung. Dalam penelitian ini, dimensi sumber daya dianalisis melalui indikator staf, cara pelaksanaan, wewenang, dan fasilitas.

a. Staf

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, aspek staf masih tergolong kurang baik. Meskipun aparatur memiliki kompetensi yang memadai melalui pendidikan dan pelatihan, jumlah petugas lapangan masih terbatas sehingga pendataan, pengawasan, dan penagihan pajak reklame belum optimal. Selain itu, belum terdapat pegawai khusus yang menangani pajak reklame. Temuan ini belum sepenuhnya sesuai dengan teori George C. Edward III yang menekankan pentingnya kecukupan sumber daya manusia dalam implementasi kebijakan.

b. Cara Pelaksanaan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, cara pelaksanaan berada pada kategori baik. Aparatur telah memahami serta melaksanakan tahapan pendataan, penetapan, penagihan, hingga pemungutan pajak reklame sesuai prosedur yang berlaku. Kondisi ini sejalan dengan teori George C. Edward III yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap mekanisme pelaksanaan mendukung keberhasilan implementasi kebijakan.

c. Wewenang

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pembagian wewenang telah berjalan dengan baik. Setiap aparatur melaksanakan tugas sesuai fungsi dan tanggung jawab yang telah ditetapkan sehingga koordinasi organisasi berlangsung efektif. Temuan ini sesuai dengan teori George C. Edward III yang menegaskan bahwa kejelasan kewenangan menjadi faktor pendukung implementasi kebijakan.

ISSN : 3063-3664
Vol. 3, No. 3, 2026

d. Fasilitas (Facility)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, fasilitas pendukung tergolong cukup baik. Sarana operasional telah tersedia, namun pemanfaatan teknologi informasi masih belum optimal sehingga diperlukan pengembangan sistem digital untuk meningkatkan efektivitas pelayanan dan administrasi pajak reklame. Hasil tersebut sejalan dengan teori George C. Edward III yang menyatakan bahwa fasilitas yang memadai akan mendukung keberhasilan implementasi kebijakan apabila dimanfaatkan secara optimal.

3. Disposisi

Disposisi mencerminkan komitmen, integritas, serta tanggung jawab aparatur dalam melaksanakan kebijakan. Keberhasilan implementasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan pelaksana, tetapi juga oleh sikap, loyalitas, dan motivasi dalam menjalankan tugas. Dimensi disposisi dalam penelitian ini dianalisis melalui indikator sikap pelaksana, pengaturan birokrasi, dan insentif.

a. Efek Disposisi/Sikap Pelaksana

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, indikator sikap pelaksana berada pada kategori baik. Aparatur Badan Pendapatan Daerah menunjukkan komitmen, profesionalisme, serta kepatuhan terhadap prosedur dalam melaksanakan pemungutan Pajak Reklame. Pelayanan diberikan secara ramah, beretika, dan persuasif kepada wajib pajak. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian wajib pajak yang belum memenuhi kewajiban perpajakannya sehingga efektivitas implementasi juga dipengaruhi oleh tingkat kesadaran masyarakat. Temuan ini sejalan dengan teori George C. Edward III yang menegaskan bahwa komitmen pelaksana merupakan faktor penting dalam keberhasilan implementasi kebijakan.

b. Pengaturan Birokrasi

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pengaturan birokrasi berada pada kategori baik. Aparatur telah memahami tugas pokok, fungsi, dan tanggung jawab sesuai struktur organisasi sehingga koordinasi antarbidang berjalan efektif. Pembagian fungsi yang jelas mendukung kelancaran proses pendataan, penetapan, penagihan, hingga evaluasi pemungutan Pajak Reklame. Kondisi tersebut sesuai dengan teori George C. Edward III yang menyatakan bahwa struktur birokrasi yang tertata akan meningkatkan efektivitas implementasi kebijakan.

c. Insentif

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pelaksanaan insentif tergolong baik. Badan Pendapatan Daerah menerapkan sistem insentif berdasarkan pencapaian target penerimaan pajak daerah sebagai bentuk penghargaan atas kinerja aparatur. Mekanisme tersebut mendorong motivasi, meningkatkan produktivitas, serta memperkuat koordinasi antarbidang dalam mengoptimalkan penerimaan Pajak Reklame. Hasil ini sejalan dengan teori George C. Edward III yang menyatakan bahwa pemberian insentif merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan komitmen dan efektivitas pelaksana dalam mengimplementasikan kebijakan.

ISSN : 3063-3664
Vol. 3, No. 3, 2026

4. Struktur Birokrasi

Struktur birokrasi berperan dalam memastikan implementasi kebijakan berjalan melalui prosedur kerja yang jelas serta pembagian tugas yang terorganisasi. Pada penelitian ini, struktur birokrasi dianalisis berdasarkan indikator Standard Operating Procedures (SOPs) dan pembagian tugas/wewenang.

a. Standard Operating Procedures (SOPs)

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, indikator SOP masih tergolong kurang baik. Badan Pendapatan Daerah belum memiliki SOP khusus mengenai penetapan dan penagihan Pajak Reklame, melainkan masih menggunakan SOP umum tentang pajak dan retribusi daerah. Kondisi tersebut menyebabkan pelaksanaan pemungutan belum memiliki pedoman teknis yang spesifik sehingga efektivitas implementasi belum optimal. Temuan ini belum sepenuhnya sesuai dengan teori George C. Edward III yang menekankan pentingnya SOP sebagai pedoman pelaksanaan kebijakan.

b. Pembagian Tugas/Wewenang

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, indikator pembagian tugas dan wewenang berada pada kategori baik. Setiap bidang telah melaksanakan tugas sesuai fungsi dan tanggung jawab masing-masing, mulai dari pendataan, penetapan, penagihan, pengawasan, hingga pelaporan. Pembagian peran yang jelas mendukung koordinasi antarbidang sehingga proses pemungutan Pajak Reklame berlangsung lebih efektif dan terarah. Hasil ini sejalan dengan teori George C. Edward III yang menyatakan bahwa kejelasan pembagian tugas dan wewenang merupakan unsur penting dalam mendukung efektivitas implementasi kebijakan.

B. Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 Dalam Pemungutan Pajak Reklame Di Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara

1. Faktor Penghambat

Faktor penghambat merupakan berbagai kondisi yang mengurangi efektivitas pelaksanaan kebijakan sehingga tujuan implementasi belum dapat dicapai secara optimal. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa kendala yang memengaruhi implementasi Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 dalam pemungutan Pajak Reklame di Kecamatan Amuntai Tengah adalah sebagai berikut.

a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Jumlah aparatur, khususnya petugas penagihan lapangan, masih belum memadai sehingga pendataan, pengawasan, dan penagihan pajak reklame belum terlaksana secara optimal.

b. Rendahnya Kesadaran Wajib Pajak

Sebagian pelaku usaha masih belum memahami kewajiban perpajakan sehingga terdapat reklame yang belum berizin maupun belum memenuhi kewajiban pembayaran pajak.

c. Terbatasnya Sarana dan Prasarana

ISSN : 3063-3664
Vol. 3, No. 3, 2026

Fasilitas operasional yang belum memadai menghambat kegiatan pengawasan, pelaporan, dan pelaksanaan tugas di lapangan sehingga efektivitas pemungutan pajak masih terbatas.

d. Keterbatasan Anggaran Operasional

Minimnya dukungan pembiayaan menyebabkan kegiatan sosialisasi, pengawasan, dan operasional lapangan belum dapat dilaksanakan secara maksimal.

e. Kurangnya Informasi Identitas Kepemilikan Reklame

Kelengkapan data kepemilikan reklame sangat berpengaruh terhadap proses administrasi perpajakan. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa masih banyak reklame yang tidak mencantumkan identitas pemilik secara jelas sehingga menyulitkan proses pendataan dan penagihan. Hasil observasi dan dokumentasi memperlihatkan masih terdapat objek reklame dengan data kepemilikan yang belum lengkap. Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa keterbatasan informasi identitas menjadi hambatan dalam pengawasan dan pemungutan pajak reklame sehingga diperlukan koordinasi yang lebih baik dengan instansi terkait.

f. Rendahnya Pemahaman terhadap Ketentuan Pajak Reklame

Pemahaman masyarakat mengenai regulasi perpajakan masih belum memadai. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian wajib pajak menganggap tarif pajak reklame cukup tinggi sehingga menunda atau enggan memenuhi kewajiban perpajakan. Hasil observasi menunjukkan masih terdapat pemilik reklame yang belum memahami prosedur maupun ketentuan pembayaran pajak. Berdasarkan wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa rendahnya pemahaman terhadap aturan perpajakan menjadi salah satu penyebab belum optimalnya pelaksanaan pemungutan pajak reklame.

g. Sosialisasi yang Belum Optimal

Penyebaran informasi mengenai pajak reklame belum menjangkau seluruh wajib pajak sehingga pengetahuan, kesadaran, dan kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban perpajakan masih perlu ditingkatkan.

2. Faktor Pendukung

Faktor pendukung merupakan berbagai kondisi yang memperlancar pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 tentang pemungutan Pajak Reklame di Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara. Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor pendukung tersebut meliputi:

a. Kelengkapan Data Wajib Pajak

Ketersediaan data wajib pajak yang lengkap menjadi salah satu unsur penting dalam mendukung pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame. Berdasarkan hasil wawancara, identitas wajib pajak yang akurat memudahkan petugas melakukan pendataan, pengawasan, penyampaian informasi, serta penagihan. Hasil observasi menunjukkan bahwa kelengkapan data memperlancar proses administrasi dan kegiatan lapangan, sedangkan dokumentasi memperlihatkan bahwa data wajib pajak telah tersusun dengan

ISSN : 3063-3664
Vol. 3, No. 3, 2026

baik. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa kelengkapan data wajib pajak menjadi faktor pendukung yang memperlancar proses pemungutan Pajak Reklame sehingga pelaksanaannya lebih efektif dan terarah.

b. Peningkatan Kualitas Aparatur

Kompetensi aparatur berperan penting dalam mendukung keberhasilan implementasi kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara, peningkatan kemampuan petugas dilakukan melalui pendidikan, pelatihan, dan pembinaan yang bertujuan meningkatkan pengetahuan serta keterampilan dalam pengelolaan Pajak Reklame. Hasil observasi menunjukkan bahwa aparatur telah memahami prosedur kerja dan melaksanakan tugas sesuai ketentuan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas aparatur menjadi faktor pendukung yang mendorong pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame secara lebih profesional, efektif, dan akuntabel.

c. Adanya Regulasi yang Jelas

Kejelasan dasar hukum memberikan pedoman bagi aparatur dalam melaksanakan pemungutan Pajak Reklame. Berdasarkan hasil wawancara, Peraturan Daerah menjadi acuan dalam proses pendataan, penetapan, hingga penagihan. Hasil observasi menunjukkan bahwa seluruh tahapan pelaksanaan telah mengacu pada ketentuan yang berlaku, sedangkan dokumentasi membuktikan adanya regulasi sebagai landasan hukum pelaksanaan kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa regulasi yang jelas menjadi faktor pendukung karena memberikan kepastian hukum serta memperlancar pelaksanaan pemungutan Pajak Reklame.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pemungutan Pajak Reklame di Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai Utara telah terlaksana cukup baik, namun belum optimal. Indikator cara pelaksanaan, wewenang, fasilitas, disposisi pelaksana, pengaturan birokrasi, insentif, dan pembagian tugas telah berjalan baik, sedangkan sosialisasi, kejelasan informasi, konsistensi pelaksanaan, sumber daya manusia, dan Standar Operasional Prosedur (SOP) masih memerlukan perbaikan karena penyebaran informasi belum merata, jumlah petugas terbatas, serta belum tersedia SOP khusus Pajak Reklame.

Faktor yang memengaruhi implementasi terdiri atas faktor penghambat dan faktor pendukung. Faktor penghambat meliputi keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya kesadaran dan pemahaman wajib pajak, keterbatasan sarana, anggaran operasional, minimnya data identitas kepemilikan reklame, serta sosialisasi yang belum optimal. Sementara itu, faktor pendukung meliputi kelengkapan data wajib pajak, peningkatan kompetensi aparatur, adanya regulasi yang jelas, serta pelaksanaan sosialisasi yang mendukung peningkatan kepatuhan wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman. (2024). Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah. *Jurnal Kebijakan Publik*.

Agustino, L. (2022). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik* (Revisi). Alfabeta.

Igrisa, I. (2022). *Kebijakan Publik Suatu Tinjauan Teoritis dan Empiris*. Tanah Air Beta. www.tabgrafika.com

Kasmad. 2018. *Studi Implementasi Kebijakan Publik*. Sumatera Barat: Indonesia Open University

Maulana, Delly dan Arif Nugroho. 2019. *Kebijakan Publik Cara Mudah Memahami Kebijakan Publik*. Banten: CV. Aa. Rizky

Mulyadi, Deddy. 2016. *Studi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik*. Bandung: CV. Alfabeta

Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, *1*(2), 77–84. https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93

Ratnaningtyas. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. http://penerbitzaini.com

Ravyansah. Et al. (2022). Kebijakan Publik. In *Jurnal Hukum POSITUM* (Number 1). PT. Global Eksekutif Teknologi. https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/albalad/article/view/1317.

Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiyati, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi. www.globaleksekutifteknologi.co.id

Rohman, A., Eka, V., Hendrawan, F., & Rusmiwari, S. (2020). Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *9*(1), 1–8. www.publikasi.unitri.ac.id

Sihombing, S., & Sibagariang, S. A. (2020). *Perpajakan Teori dan Aplikasi*. Widiya Bhakti Persada Bandung. www.penerbitwidina.com

ISSN : 3063-3664
Vol. 3, No. 3, 2026

Suprayitno Fitriana Selvia, D., Agustina Suparyati, M., Ani Heryani, M., & Boari, Y. (2024). *Buku Ajar Kebijakan Publik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.com

Syarifudin, A. (2021). *Perpajakan Menghitung Pajak Pribadi, Badan dan Usahawan dalam Sudut Pandang Analisa Undang-Undang Di Indonesia*. STIE Putra Bangsa.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah