

IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA NOMOR 6 TAHUN 2021 TENTANG PAJAK DAERAH (Studi Kasus Pajak Reklame)

Abdurrahman¹, Irza Setiawan², Mahdalina³

Program Studi Administrasi Publik

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail: rhmabd22@gmail.com

ABSTRAK

Pajak Reklame merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara, Pajak Reklame ini dikelola oleh 3 Instansi Pemerintah yaitu Dinas Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Badan Pendapatan Daerah, dan Dinas Satuan Polisi Pamong Praja. Pelaksanaan pengelolaan Pajak Reklame di Kabupaten Hulu Sungai Utara, Badan Pendapatan Daerah terkendala kekurangan jumlah pegawai yang bertugas dilapangan, Koordinasi yang belum Optimal antara tiga Organisasi pengelolaan Pajak Reklame, dan sikap yang diambil Badan Pendapatan Daerah terhadap Reklame Politik yang terpasang sebelum masa kampanye yang berpotensi menambah Pendapatan Asli Daerah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data diambil melalui pemilihan informan secara Purposive berjumlah 8 orang. Analisis teknik meliputi analisis domain, analisis taksonomi, analisis kompensial, dan analisis tema kultural. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah (Studi Kasus Pajak Reklame) belum terimplementasi dengan baik, Implementasi yang sudah berjalan baik dilihat dari aspek kejelasan standar, komunikasi yang akurat dan konsisten, sikap pelaksana kebijakan yang demokratis, antusias, dan responsif, struktur organisasi dan pembagian kewenangan. Sedangkan aspek yang sudah berjalan kurang/cukup baik melingkupi sumber daya manusia dan finansial, tujuan kebijakan, hubungan organisasi dengan organisasi lain, dan faktor sosial, ekonomi dan politik.

Kata kunci: Implementasi, Pajak Reklame

ABSTRACT

Billboard Tax is one of the sources of Regional Original Revenue of Hulu Sungai Utara Regency, this Billboard Tax is managed by 3 Government Agencies, namely the One Stop Integrated Service Office, the Regional Revenue Agency, and the Pamong Praja Police Unit Office. The implementation of billboard tax management in Hulu Sungai Utara Regency, the Regional Revenue Agency is constrained by a shortage of employees on duty in the field, coordination that has not been optimal between the three billboard tax management organizations, and the attitude taken by the Regional Revenue Agency towards political billboards installed before the campaign period which has the potential to increase Regional Original Revenue. This research uses a qualitative approach with a qualitative descriptive type. The data collection techniques used were interviews, observation, and documentation. Data sources were taken through the selection of informants Purposively totaling 8 people. Analysis techniques include domain analysis, taxonomy analysis, componential analysis, and cultural theme analysis. The results of this study indicate that the Implementation of North Hulu River Regency Regional Regulation Number 6 of 2021 concerning Regional Taxes (Case Study of Billboard Tax) has not been well implemented, Implementation that has gone well is seen from the aspects of clarity of standards, accurate and consistent communication, democratic, enthusiastic, and responsive attitudes of policy implementers, organizational structure and division of authority. Meanwhile, aspects that have been running less / quite well cover human and financial resources, policy objectives, organizational relations with other organizations, and social, economic and political factors.

Keyword: Implementation, Billboard Tax

PENDAHULUAN

Pajak Reklame adalah salah satu contoh pajak Kabupaten/Kota, reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang, bentuk, dan coraknya ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh umum.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah (Studi Kasus Pajak Reklame) yang termasuk kedalam kategori sebagai reklame meliputi reklame papan, reklame kain, reklame melekat (stiker), reklame selebaran, reklame berjalan (termasuk kendaraan), reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/slide, dan reklame peragaan. Reklame yang tidak termasuk kedalam objek Pajak Reklame ialah penyelenggara reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya, lebel/merk produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan yang berfungsi membedakan dari produk sejenisnya, 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, reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pemerintah daerah.

Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25% dari Nilai Sewa Reklame (NSR) dengan cara perhitungan Nilai Jual Objek Pajak (NJOP) ditambah hasil perkalian dari Nilai Strategis Lokasi (NSL) dengan nilai Jual Objek Pajak (NJOP) atau dengan rumus sebagai berikut: $NSR = NJOP + (NSL \times NJOP)$. Nilai jual objek pajak reklame ditetapkan dalam harga jual berdasarkan jenis reklame yang dipasang, bahan yang digunakan, jangka waktu, jumlah, ukuran, dan biaya dan nilai strategis lokasi ditetapkan berdasarkan dalam nilai presentasi lokasi penempatan, frekuensi lalu lintas, dan kelas jalan.

Untuk melakukan kajian dan analisis tentang Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Reklame perlu memahami konsep Implementasi Kebijakan. Menurut Wilson dalam (Hayat, 2018:12) ‘Kebijakan publik adalah tindakan-tindakan, tujuan-tujuan, dan pernyataan-pernyataan pemerintah mengenai masalah-masalah tertentu, langkah-langkah yang telah/sedang diambil (atau gagal diambil) untuk diimplementasikan dan penjelasan-penjelasan yang diberikan oleh mereka mengenai apa yang terjadi atau tidak terjadi’.

Menurut Van Meter dan Van Horn dalam (Jumroh dan M. Yoga Jusri Pratama, 2021:134-137) Implementasi suatu kebijakan dapat dilihat dari aspek-aspek yaitu : standard dan tujuan, sumber daya, komunikasi antar-organisasi & aktivitas pelaksana, disposisi pelaksana (sikap pelaksana keputusan), karakteristik pelaksana/struktur birokrasi, dan kondisi sosial, ekonomi, dan politik.

Beberapa penelitian sebelumnya juga mengkaji tentang Kebijakan Pajak Reklame, *pertama*, dari abd. Rohman tahun 2020 di Universitas Tribhuwana Tunggdewi, Program Studi Administrasi Publik “Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Kota Malang”. *Kedua*, Ilham tahun 2021 di Universitas Islam Riau dengan judul “Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Rokan Hulu”.

Berdasarkan pemaparan diatas maka yang menjadi tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah (Studi kasus Pajak Reklame) dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah (Studi kasus Pajak Reklame).

METODE

Penelitian ini membahas tentang Implementasi Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah (Studi Kasus Pajak Reklame). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu dengan langkah-langkah menyusun konsep

laporan penelitian, mengecek kembali hasil penelitian dengan dukungan literatur, dan pembahasan konsep dasar penelitian untuk memperoleh kesimpulan. Penelitian ini dilaksanakan di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara, PTSP Kabupaten Hulu Sungai Utara, dan Satpol PP Kabupaten Hulu Sungai Utara dengan objek yang dijadikan sumber dalam penelitian adalah Implementasi Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Pajak Daerah (Studi Kasus Pajak Reklame) dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara secara purposive sampling, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teori menurut Spradley dalam (Sugiyono, 2022:143-158) yaitu analisis domain, analisis taksonomi, analisis komensial, dan analisis tema kultural.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teori Implementasi menurut Van Meter & Van Horn dalam (Jumroh dan M. Yoga Jusri Pratama, 2021:134-141) ada enam variabel yang dianggap memberi kontribusi keberhasilan dan kegagalan Implementasi yaitu standar dan tujuan, sumber daya, komunikasi antar-organisasi & aktivitas pelaksana, disposisi pelaksana (sikap pelaksana keputusan), karakteristik pelaksana/struktur birokrasi, dan kondisi sosial, ekonomi, dan politik.

1. Standar dan Tujuan

Kejelasan standar dalam implementasi Perda HSU Nomor 6 tahun 2021 bagian keempat tentang pajak reklame sudah baik yang didalamnya dijelaskan jenis-jenis reklame, reklame yang dikecualikan, perhitungan reklame sebesar 25% dengan rumus $NSR = NJOP + (NSL \times NJOP)$, yang termasuk kedalam wajib pajak reklame, dan sanksi jika tidak bayar pajak reklame. Tujuan kebijakan Implementasi Perda HSU Nomor 6 tahun 2021 bagian pajak reklame untuk meningkatkan pembangunan baik fasilitas publik atau fasilitas umum tetapi dalam pencapaian target reklame belum maksimal dapat dilihat dari data rekapitulasi penerimaan pajak reklame tahun 2023 sampai bulan oktober sebesar Rp 84.191.115 dari target yang harus dicapai sebesar Rp 477.925.000.

2. Sumber Daya

Sumber daya dalam Implementasi Perda HSU Nomor 6 tahun 2021 tentang pajak reklame dipengaruhi oleh sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Sumber daya manusia dalam implementasi masih terkendala kekurangan jumlah pegawai dibidang pendataan dan penagihan, dan sumber finansial dalam implementasi Perda ini masih kurang baik dalam pencapaian target yang telah ditentukan, hal tersebut dapat dilihat dari hasil rekapitulasi penerimaan pajak reklame tahun 2022 sampai bulan oktober tahun 2023, untuk tahun 2022 penerimaan pajak reklame sebesar Rp 90.426.332 dari target sebesar Rp 100.000.000 atau persentase pencapaian target 90,43% dan pada januari-oktober tahun 2023 penerimaan pajak sebesar Rp 84.191.115 dari target yang harus dicapai sebesar Rp 477.925.000 atau persentase pencapaian target hanya 17,64%.

3. Komunikasi antar-organisasi & aktivitas pelaksana

Komunikasi antar-organisasi & aktivitas pelaksana memiliki dua indikator yaitu akurat dan konsisten, komunikasi akurat dan konsisten sudah baik dalam implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 tahun 2021 pajak reklame sudah sejalan dan terbangun antar sesama pelaksana kebijakan dengan mengadakan rapat pengarahan untuk membahas Pajak Reklame sehingga arah pekerjaannya sesuai dengan tujuan kebijakan.

4. Disposisi pelaksana (sikap pelaksana keputusan)

Disposisi pelaksana (sikap pelaksana keputusan) memiliki tiga indikator yaitu sikap demokratis, sikap antusias, dan sikap respon. Disposisi pelaksana dalam Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai utara Nomor 6 tahun 2021 tentang Pajak Reklame sudah baik dan semangat dalam melaksanakan tugas, tetapi respon masyarakat masih ada yang tidak patuh terhadap aturan pajak reklame.

5. Karakteristik pelaksana/struktur birokrasi

Struktur birokrasi ini mencakup aspek-aspek seperti struktur organisasi, pembagian kewenangan, dan hubungan yang ada di unit organisasi atau diluar organisasi, keberhasilan implementasi kebijakan perlu adanya kerja sama yang baik dari banyak orang. Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021 tentang pajak reklame sudah

memiliki struktur yang baik dalam pembagian tugas setiap pelaksana kebijakan. Badan Pendapatan Daerah mempunyai kewenangan untuk pembayaran pajak reklame, PTSP mempunyai kewenangan dalam kepengurusan izin reklame, dan Satpol PP mempunyai kewenangan menertibkan reklame yang melanggar aturan. Hubungan antar organisasi yang terkait dalam implementasi pajak reklame ini masih kurang baik terlihat masih banyak reklame yang tidak berizin dan tidak membayar pajak.

6. Kondisi sosial, ekonomi, politik

Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 tahun 2021 tentang pajak reklame dipengaruhi oleh faktor sosial, faktor ekonomi, dan faktor politik. Faktor sosial dalam pajak reklame yaitu kurangnya kesadaran masyarakat dalam membayar pajak dan kurangnya pengawasan dari instansi terkait, faktor ekonomi dipengaruhi oleh kelas ekonomi masyarakat yang berbeda-beda sehingga ada masyarakat yang merasa terbebaskan dengan pajak reklame yang dipungut, dan faktor politik dalam pajak reklame ini berkaitan dengan tahun politik mulai dari selebaran-selebaran, spanduk, dan baliho partai politik yang terpasang sebelum masa kampanye atau waktu yang telah ditentukan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Implementasi Peraturan Daerah Nomor 6 tahun 2021 tentang Pajak Daerah (studi kasus Pajak Reklame) terdiri dari faktor penghambat dan faktor pendorong:

1. Faktor-faktor penghambat

- a) Jumlah pegawai yang belum memenuhi target dalam pelaksanaan pajak reklame.
- b) Kepatuhan masyarakat yang masih kurang dalam membayar pajak reklame dan menerbitkan pajak reklame.
- c) Koordinasi antar organisasi yang belum maksimal.

2. Faktor-faktor pendorong

- a) Aturan yang jelas dalam kebijakan pajak reklame.
- b) Pembagian tugas pokok dalam pelaksanaan dan pengelolaan pajak reklame.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 tahun 2021 tentang Pajak Daerah (studi kasus pajak reklame) terimplementasi cukup baik, hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator: *pertama*, jumlah pegawai yang belum memenuhi target dalam pelaksanaan kebijakan pajak reklame. *Kedua*, koordinasi yang kurang maksimal antara Badan Pendapatan Daerah yang melakukan pemungutan pajak reklame, Dinas Pelayanan Terpadu Satu Pintu sebagai bagian kepengurusan izin pemasangan reklame, dan Satpol PP yang melakukan penertiban pajak reklame yang tidak sesuai aturan. *Ketiga*, kepatuhan masyarakat yang masih kurang dalam membayar pajak dan menerbitkan izin reklame sehingga realisasi pencapaian target pajak reklame Kabupaten Hulu Sungai Utara belum tercapai dapat dilihat dari hasil rekapitulasi penerimaan pajak reklame tahun 2022 sampai bulan oktober tahun 2023, untuk tahun 2022 penerimaan pajak reklame sebesar Rp 90.426.332 dari target sebesar Rp 100.000.000 atau persentase pencapaian target 90,43% dan pada januari-oktober tahun 2023 penerimaan pajak sebesar Rp sebesar Rp 84.191.115 dari target yang harus dicapai sebesar Rp 477.925.000 atau persentase pencapaian target hanya 17,64%. *Keempat*, Aturan yang jelas dalam Pajak Reklame ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Hulu Sungai Utara Nomor 6 Tahun 2021. *Kelima*, pembagian tugas pokok dalam pelaksanaan dan pengelolaan pajak reklame ini sesuai dengan bidangnya masing-masing.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam proses Implementasi Peraturan Daerah Nomor 6 tahun 2021 Tentang Pajak Daerah (studi kasus Pajak Reklame) terdiri dari faktor pendorong dan faktor penghambat. Adapun faktor-faktor pendorong sebagai berikut: aturan yang jelas dalam kebijakan pajak reklame, pembagian tugas pokok dalam melaksanakan dan pengelolaan pajak reklame. Sedangkan faktor-faktor penghambat sebagai berikut: jumlah pegawai yang belum memenuhi target dalam melaksanakan pajak reklame, kepatuhan masyarakat yang masih



kurang dalam membayar pajak dan menerbitkan izin reklame, dan koordinasi antar organisasi yang belum maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Affrian, R., Sos, S. and AP, M. (2023) *Model-Model Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi Kebijakan*. CV. Bintang Semesta Media.

Saputra, T. *et al.* (2023) 'Bibliometric Studies and Public Administration Research Potential on Stunting Problems', *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 6(2), pp. 197–211.

Setiawan, I., Sukristyanto, A. and Ibnu Rochim, A. (2021) 'The Implementation of Law Number 16 of 2019 a Case Study of Early Marriage Prevention in Hulu Sungai Utara Regency Indonesia', *Journal of Public Policy and Administration*, 5(3), p. 117.

Jumroh dan Pratama.Y.J. 2021. *Implementasi Pelayanan Publik: Teori dan Praktik*. Ihsan Cendekia Mandiri. Kabupaten Solok.

Hayat. 2018. *Kebijakan Publik Evaluasi, Reformasi, Formulasi*. Intrans Publishing. Malang.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi ketiga, CV Alfabeta. Bandung.