

**IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH NOMOR 11  
TAHUN 2011 TENTANG PAJAK REKLAME PADA DINAS  
TATA RUANG DAN TATA BANGUNAN KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat akhir Memperoleh Gelar Sarjana

Administrasi Publik

**DI SUSUN  
OLEH :**

**IKHWAN KURNIA HUTASUHUT**  
**NPM : 11.852.0008**



**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI PUBLIK**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**2016**

Document Accepted 5/8/24

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang  
Pajak Reklame Pada Dinas Tata Ruang Dan Tata Bangunan  
Kota Medan

Nama : Ikhwan Kurnia Hutasuhut  
NPM : 11 852 0008  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Prodi : Ilmu Administrasi Publik

Disetujui Oleh,  
Komisi Pembimbing

  
**Drs. H.M. HUSNI THAMRIN, M.Si**  
Pembimbing I

  
**Drs. INDRA MUDA, MAP**  
Pembimbing II

  
**Dra. ROSMALA DEWI, M. Pd**  
Kaprod. Adm. Publik

  
  
**Prof. Dr. ARIF NASUTION, MA**  
Dekan FISIP UMA

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (repository.uma.ac.id)5/8/24

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etik dalam penulisan karya ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan plagiat dalam skripsi ini.



Medan, Januari 2016

METERAI  
TEMPEL

3E434ADF791098758

6000  
ENAM RIBU RUPIAH

Ikhwan Kurnia Hutasuhut

11 852 0008

## RIWAYAT HIDUP

Ikhwan Kurnia Hutasuhut di lahirkan di Sipirok Godang, J.L. Jabaun No 18, Kecamatan Sipirok, Kabupaten Tapanuli Selatan Pada Tanggal 3 April 1993. Anak Pertama dari 2 bersaudara dari ayahanda Bandaharo Hutasuhut dan ibunda Habibah Nasution.

Pendidikan yang pernah ditempuh penulis adalah TK Aisiyah Kecamatan Sipirok. SD Negeri 7 Sipirok. SMP Negeri 1 Sipirok. SMA Negeri 1 Sipirok. Pada Tahun 2011 melanjutkan studi di Universitas Medan Area (UMA) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan jurusan Ilmu Administrasi Publik. Pernah juga mengikuti beberapa *Training* Organisasi Mahasiswa seperti Latihan Kader 1 (*Basic Training*) HMI Cabang Medan dan Latihan Kader 2 (*Intermediate Training*) HMI Cabang Solok Selatan.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis juga aktif dalam organisasi mahasiswa intra dan ekstra kampus. Di Intra kampus pernah menjabat sebagai anggota bidang kerohanian PEMA FISIP UMA Periode 2012-2013, Sekretaris Bidang Litbang PEMA FISIP UMA Periode 2013-2014 dan Dewan Pembina PEMA FISIP UMA Periode 2015-2016. Di Ekstra kampus pernah menjabat sebagai Wakil Sekretaris Umum Bidang P3A HMI Komisariat UMA Periode 2013-2014, Sekretaris Umum HMI Komisariat UMA Periode 2013-2014, dan di amanahkan sebagai Ketua Umum HMI Komisariat UMA Periode 2014-2015.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim*

Puji Syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT sang pencipta langit dan bumi beserta isinya. Shalawat dan Salam semoga terlimpah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW selaku Tokoh pembawa perubahan dan suri teladan bagi kita. Semoga kita dapat meneladani kebaikan beliau dan dapat melanjutkan perjuangan-perjuangan beliau. Syukur Alhamdulillah penulis haturkan atas selesainya penyusunan skripsi yang berjudul “ ***Implementasi Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame Pada Dinas Tata Ruang Dan Tata Bangunan Kota Medan*** ” yang merupakan salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Administrasi Publik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan do'a dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Arif Nasution, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. Indra Muda, MAP selaku Wakil Dekan Bidang Akademik sekaligus Pembimbing II penulis yang selalu memberikan arahan, bimbingan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Armansyah Matondang, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan sekaligus abang dan senior penulis yang selalu memberikan bimbingan serta nasehat-nasehat kepada penulis tentang

- tugas-tugas kemanusiaan dan pentingnya menjaga nilai-nilai moral dan kebenaran.
4. Ibu Dra. Rosmala Dewi selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Publik.
  5. Bapak Drs. H.M. Thamrin Nasution, M.Si selaku Pembimbing I penulis yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi serta inspirasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
  6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staf Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
  7. Bapak Kepala Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan.
  8. Seluruh keluarga terutama ayahanda Bandaharo Hutasuhut, Ibunda Habibah Nasutioan, dan adik Irma Aulia Hutasuhut yang selalu memberikan do'a dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
  9. Seluruh teman-teman di kepengurusan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat UMA periode 2014-2015.
  10. Seluruh teman-teman di FISIP UMA terutama stambuk 2011 seperti Rajadi Sijabat, Abdul Muharis, Ahmad Yani Nasution, Putri Sri Adawiyah Harahap, Riyanti Saputri Nasution, Dian Haryani dll yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
  11. Seluruh adik-adik di HMI Komisariat UMA dan PEMA FISIP UMA seperti Riski Ananda Syahputra, Aulia Alfandri Bastian, Arief Rusidi, Aan Rizqi Putra, Fahmi Panjaitan, Andi Polem, Ginanti Mayang Sari, Riri

Rezeki, Roger dll yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Seluruh Tokoh dan pemikir yang pernah menginspirasi dan mempengaruhi pemikiran penulis serta pejuang-pejuang dimanapun berada yang tetap teguh memegang prinsip untuk memperjuangkan nilai-nilai kebenaran dan keadilan.

Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pembaca yang menjadikannya sebagai referensi dalam berbagai hal.

*Billahitaufik Walhidayah*

*Yakinkan Dengan Niat*

*Sampaikan Dengan Usaha*

*Yakin Usaha Sampai*



Medan, Januari 2016

Penulis,

Ikhwan Kurnia Hutasuhut  
NPM : 11 852 0008

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan masalah.....	5
1.3. Pembatasan masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kebijakan Publik.....	8
2.1.1. Pengertian Kebijakan .....	8
2.1.2. Tahapan Kebijakan .....	10
2.2. Implementasi .....	12
2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi .....	15
2.3.1. Komunikasi .....	15
2.3.2. Sumber Daya.....	16
2.3.3. Struktur Birokrasi.....	16
2.3.4. Disposisi.....	17
2.4. Peraturan Daerah .....	17
2.4.1. Peraturan Daerah Provinsi .....	17
2.4.2. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota.....	17
2.5. Pajak dan Pajak Daerah.....	19
2.5.1. Definisi Pajak.....	19
2.5.2. Fungsi Pajak.....	20
2.5.3. Pembagian Hukum Pajak .....	21
2.5.4. Jenis Pajak.....	22
2.6. Pajak Reklame.....	25
2.6.1. Objek Pajak Reklame .....	25

2.6.2. Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame .....	27
2.6.3. Dasar hukum .....	28
2.7. Kerangka Konsep .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	31
Sifat Penelitian.....	31
Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.3. Metode Analisis Data.....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Singkat Dinas Tata Ruang dan tata Bangunan .....	38
4.1.1. Kedudukan, Tugas Pokok dan Fungsi Serta Struktur Organisasi .....	40
4.2. Penyajian Data .....	60
4.3. Analisa Data/Hasil Penelitian .....	76
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	80
5.2. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

TABEL 1. Data Pegawai Menurut Jenis Jabatan .....	69
TABEL 2. Data Pegawai Menurut Starata Pendidikan .....	69
TABEL 3. Data Pegawai Menurut Golongan .....	70
TABEL 4. Data Pegawai Menurut Jabatan Struktural dan Fungsional .....	70



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. Tahap-Tahap Kebijakan .....	13
GAMBAR 2. Kerangka Pikir Implementasi Kebijakan Publik.....	31
GAMBAR 3. Struktur Organisasi Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan .....	58
GAMBAR 4. Standar Operasi Prosedur Izin Reklame .....	76



## ABSTRAK

Pajak reklame seharusnya cukup potensial untuk mempengaruhi peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan dikarenakan setiap tahunnya semakin banyak reklame yang terpasang disepanjang jalan. Namun realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Medan masih minim. Selain itu, Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan (TRTB) Pemko Medan telah menemukan adanya reklame bodong. Aturan mengenai pajak reklame di Kota Medan sudah di atur dalam Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 tentang pajak reklame. Meskipun sudah diatur dalam perda yang kemudian menurunkan peraturan walikota yang menjadi petunjuk teknis pelaksanaan perda tersebut, namun berdasarkan data sementara yang didapatkan bahwa realisasi target pendapatan asli daerah dari pajak reklame masih sangat jauh dari target yang ditetapkan. Untuk menjawab pertanyaan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Implementasi Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame pada Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan. Dalam penelitian tersebut penulis menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menggali informasi dari beberapa informan. Untuk menggali informasi dari informan tentang implementasi perda tersebut, peneliti menggunakan teori implementasi dari Edward III. Dalam teori tersebut Edward III mengatakan bahwa faktor-faktor implementasi terdiri dari komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari beberapa informan Dinas TRTB selaku salah satu instansi pelaksana perda sudah menjalankan komunikasi dan kordinasi dengan instansi lain serta sudah melakukan sosialisasi perda nomor 11 tahun 2011 walaupun belum berjalan maksimal. Kualitas sumber daya manusia yang ada saat ini masih perlu ditingkatkan begitu juga dengan fasilitas peralatan perlu ditambahkan. Komitmen atau disposisi pegawai juga masih rendah dan struktur birokrasi atau prosedur yang ada belum berjalan sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan. Dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame sudah di Implementasikan oleh Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan walaupun belum berjalan secara maksimal.

**Kata Kunci :** Implementasi, Peraturan Daerah, Pajak Reklame

## ABSTRACT

Advertisement tax should have enough potential to influence the improvement of the original income of Medan because every year more and more billboards installed along the road. But the realization of revenue from the advertisement tax in the city of Medan is still minimal. In addition, the Department of Spatial Planning and Building Management (TRTB) Pemko field has found a billboard bulging. Rules regarding advertising tax in Medan already set in the Regional Regulation No. 11 of 2011 on the billboard tax. Although it is set in the regulations which then lowers the rules mayor who became a technical manual implementation of these regulations, but based on preliminary data showed that the realization of the target of local revenue from advertising tax is still very far from the target set. To answer these questions, the authors are interested in doing research entitled Implementation of Regional Regulation No. 11 Year 2011 About the Advertising Tax on Spatial Planning and Building Management Medan. In that study, the authors used qualitative research methods to explore inormasi of several informants. To get information from the informant about the implementation of these regulations, the researchers used the theory of Edward III implementation. In the theory of Edward III said that the factors implementation consists of communication, resources, disposition and bureaucratic structure. Based on information obtained from several informants Department TRTB as one of the agencies implementing regulations already running communication and coordination with other agencies and has socialized regulation number 11 of 2011 despite not running optimally. The quality of human resources is currently still needs to be improved as well as the facilities and equipment need to be added. Commitments or disposition employees are still low and bureaucratic structures or procedures have not been run in accordance with standard operating procedures that have been set. From these results it can be concluded that the Regional Regulation No. 11 of 2011 Concerning Advertising Tax is already in Deploys by the Department of Spatial Planning and Building Management Medan City though has not run optimally.

Keywords: Implementation, Local Rules, advertisement tax

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah salah satu sumber keuangan daerah yang juga merupakan ujung tombak dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah otonom. Setiap kegiatan pemerintah baik tugas pokok maupun tugas pembantuan dapat terlaksana secara efektif dan efisien jika diimbangi oleh adanya pendapatan asli daerah, sebagai salah satu media penggerak program pemerintah. Pendapatan asli daerah diperoleh dari hasil pajak daerah, hasil distribusi, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah yakni hasil penjualan kekayaan daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, keuntungan selisih nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing dan komisi, potongan ataupun bentuk lain sebagai akibat dan penjualan dan atau pengadaan barang atau jasa oleh daerah.

Dengan adanya Pendapatan Asli Daerah maka akan meminimalisir ketergantungan daerah terhadap bantuan pusat. Oleh karena itu daerah diberikan kewenangan untuk menggali potensi daerahnya masing-masing untuk meningkatkan pendapatan asli daerah masing-masing.

Seiring dengan kebijakan otonomi daerah yang diatur dalam Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 yang kemudian diperbaharui dengan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan daerah memberikan kewenangan yang lebih luas, nyata, dan bertanggung jawab kepada daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan melaksanakan kewenangan atas prakarsa sendiri sesuai dengan kepentingan

tersebut dititikberatkan pada pemerintah kabupaten dan kota, yang dimaksudkan agar daerah yang bersangkutan dapat berkembang sesuai dengan kemampuannya sendiri. Oleh karena itu perlu upaya serius dilakukan oleh daerah kabupaten/kota untuk meningkatkan keuangan daerahnya. Tanpa kondisi keuangan yang baik maka daerah tidak mampu menyelenggarakan tugas, kewajiban serta kewenangan dalam mengatur dan mengurus rumah tangganya, selain itu juga menjadi ciri pokok dan mendasar dari suatu daerah otonom hilang.

Setiap daerah memiliki kebijakan keuangan masing-masing sesuai dengan peraturan daerah. Adapun Kebijakan keuangan daerah diarahkan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah. Keadaan keuangan daerah sangat menentukan corak, bentuk, serta kemungkinan-kemungkinan kegiatan yang akan dilaksanakan oleh pemerintah daerah. Namun perlu juga diperhatikan bahwa peningkatan pendapatan asli daerah seharusnya dilihat dari perspektif yang lebih luas tidak hanya ditinjau dari segi daerah masing-masing tetapi dalam kaitannya dengan kesatuan perekonomian Indonesia.

Peningkatan keuangan daerah utamanya melalui pendapatan asli daerah merupakan hal yang dikehendaki setiap daerah karena Keuangan daerah adalah hak dan kewajiban. Hak merupakan hak daerah untuk mencari sumber pendapatan daerah yang berupa pungutan pajak daerah, retribusi daerah atau sumber penerimaan lain-lain yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan kewajiban adalah kewajiban daerah untuk mengeluarkan uang dalam rangka melaksanakan semua urusan pemerintah di daerah.

Adapun salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kota Medan adalah pajak daerah. Pajak daerah

sebagai salah satu pendapatan daerah diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004. Sumber pendapatan yang lainnya adalah hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan keleluasaan kepada daerah dalam menggali pendanaan dalam pelaksanaan otonomi daerah sebagai mewujudkan asas desentralisasi.

Pajak merupakan pungutan dari masyarakat oleh Negara (pemerintah) berdasarkan undang-undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh wajib pajak, membayarnya dengan tidak mendapat prestasi kembali secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan. Beberapa macam pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah diantaranya yaitu pajak penerangan jalan, pajak reklame, pajak restoran, pajak hotel, pajak hiburan, pajak pengambilan bahan galian, serta pajak air bawah tanah.

Jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah daerah adalah pajak reklame. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Seiring dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan atau industri akan meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak reklame karena salah satu bahan pemasaran sebuah

industri adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. Pajak Reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Daerah yang berpotensi perlu dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

Pajak reklame di Kota Medan diatur dalam Perda nomor 11 tahun 2011 tentang pajak reklame. Dalam Perda tersebut dikatakan bahwa Objek Pajak Reklame adalah semua penyelenggaraan Reklame dan Objeknya adalah: a. Reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya; b. Reklame kain; c. Reklame melekat, stiker; d. Reklame selebaran; e. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan; f. Reklame udara; g. Reklame apung; h. Reklame suara; i. Reklame film/slide; dan j. Reklame peragaan.

Pemasukan dari pajak reklame didapat dari nilai sewa reklame yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame, dan jenis ukuran reklame. Pihak-pihak yang menggunakan jasa reklame dari bidang pendidikan, industri, perhotelan, hiburan, bank-bank dan lembaga keuangan, transportasi, komunikasi dan pihak pemerintah.

Pajak reklame seharusnya cukup potensial untuk mempengaruhi peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan dikarenakan setiap tahunnya semakin banyak reklame yang terpasang disepanjang jalan. Namun realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Medan masih minim. Selain itu, Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan (TRTB) Pemko Medan telah menemukan adanya reklame bodong.

Ruang dan Tata Bangunan (TRTB) Pemko Medan telah menemukan adanya reklame bodong.

Adapun data yang terkait dengan target dan realisasi Pajak Reklame Kota Medan yang diperoleh dari Ketua Panitia Khusus (Pansus) Reklame Landen Marbun, yang dimuat di harian Waspada Senin, 16 November 2015, realisasi pendapatan dari pajak reklame tahun 2013 mencapai Rp. 22, 6 miliar dari target 69,1 miliar, tahun 2014 mencapai 7,7 miliar dari target 59,1 miliar dan tahun 2015/Okttober mencapai 7 miliar dari target 73,3 miliar.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya menunjukkan banyaknya permasalahan yang ditemukan dalam pengelolaan pajak reklame diantaranya adalah kurangnya kesadaran untuk membayar pajak oleh wajib pajak. Pelayanan yang diberikan oleh pihak fiskus tidak memuaskan, Penelitian Jatmiko (2006) menemukan bahwa pelayanan fiskus memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Diperlukannya sanksi untuk memberikan pelajaran bagi pelanggar pajak, hasil penelitian Yadnyana (2009) dalam Muliari dan Setiawan (2010) menemukan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh positif pada kepatuhan wajib pajak. Masalah yang lain adalah kurangnya petugas luar yakni petugas yang diperintahkan untuk melakukan penagihan maupun pengawasan dalam pemasangan dan pencabutan reklame sehingga dapat mengakibatkan kesempatan terjadinya kecurangan-kecurangan dalam pengelolaan pajak reklame.

Permasalahan minimnya pendapatan dari pajak reklame atau realisasi yang sangat jauh dari target bukan menjadi satu-satunya persoalan dalam pengelolaan reklame. Kesemrautan kota yang dibanjiri dengan papan reklame

pengawasan dalam pemasangan dan pencabutan reklame sehingga dapat mengakibatkan kesempatan terjadinya kecurangan-kecurangan dalam pengelolaan pajak reklame.

Permasalahan minimnya pendapatan dari pajak reklame atau realisasi yang sangat jauh dari target bukan menjadi satu-satunya persoalan dalam pengelolaan reklame. Kesemrautan kota yang dibanjiri dengan papan reklame juga masalah yang mesti ditangani karena sudah merusak estetika Kota Medan sebagai Kota Metropolitan. Dapat dilihat bahwa Kota Medan sudah menjelma seperti Hutan reklame.

Oleh karena itu untuk mengoptimalkan pengelolaan pajak reklame dan penataan reklame maka diperlukan adanya sebuah sosialisasi dari pihak pemerintah kepada wajib pajak tentang perda No 11 Tahun 2011 tersebut.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pajak reklame, yang merupakan salah satu pajak daerah yang diharapkan dapat memberikan andil yang besar dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah sehingga dapat menyukkseskan pembangunan daerah. Maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **“Implementasi Perda Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame Pada Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah merupakan upaya untuk menyatakan secara tersurat pertanyaan-pertanyaan yang hendak dicarikan jawabannya. Perumusan masalah merupakan pernyataan yang lengkap dan rinci mengenai ruang lingkup masalah

merupakan pernyataan yang lengkap dan rinci mengenai ruang lingkup masalah yang akan diteliti berdasarkan identifikasi masalah. Menurut Winarno Suchman (1997 : 33) masalah adalah : “setiap kesulitan yang menggerakkan manusia untuk memecahkan masalah, harus dirasakan sebagai rintangan yang mesti dilakukan”.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas oleh penulis, maka penulis membuat rumusan masalah yaitu: Bagaimana Implementasi Perda No 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame?

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Di dalam penulisan karya ilmiah yang berbentuk skripsi sudah tentu terdapat suatu permasalahan yang memerlukan pemecahan. Sama hal dengan judul diatas, pembatasan masalah merupakan suatu hal yang esensial sehingga dapat terhindar dari interpretasi yang berlainan bagi setiap orang.

Pembatasan masalah adalah usaha untuk menetapkan batasan-batasan dari masalah penelitian yang diteliti guna dapat mengidentifikasi factor mana saja yang masuk dalam ruang lingkup masalah penelitian. Agar ruang lingkup penelitian lebih jelas, maka penelitian ini hanya meneliti tentang bagaimana Implementasi Perda No 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame agar PAD Kota Medan naik dengan jenis papan reklame/billboard/videotron/megatron.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti apakah Perda No 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame sudah diimplementasikan dengan baik.

### **1.5. Manfaat penelitian**

Suatu penelitian harus mempunyai manfaat yang jelas. Adapun manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Sebagai salah satu syarat dan kewajiban dalam menyelesaikan studi S1 untuk mencapai gelar sarjana Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
- b. Bagi penulis hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan penulis dalam melihat fenomena di masyarakat, terutama dalam penulisan karya ilmiah.
- c. Sebagai bahan masukan untuk pemerintah terutama di Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan.
- d. Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan untuk mengatasi permasalahan pajak reklame secara maksimal.
- e. Bahan masukan bagi pembaca, masyarakat dan pemerintah dalam pengelolaan pajak reklame.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Kebijakan Publik

##### 2.1.1. Pengertian Kebijakan

Kebijakan diberi arti bermacam-macam oleh beberapa ahli. Menurut Wahab (1991 : 45) implementasi kebijakan merupakan aspek penting dari keseluruhan proses kebijakan, implementasi kebijakan merupakan aspek penting dari keseluruhan proses kebijakan, implementasi kebijakan tidak hanya sekedar bersangkutan paut dengan mekanisme penjabaran keputusan-keputusan politik kedalam prosedur-prosedur rutin lewat saluran-saluran birokrasi melainkan lebih dari itu. Ini menyangkut masalah konflik, keputusan dari siapa dan memperoleh apa dari suatu kebijakan.

Menurut James E. Anderson (1979 : 3) bahwa kebijakan itu adalah "serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilakukan oleh seorang pelaku, kelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah tertentu" Anderson mengatakan : "Kebijakan Negara adalah kebijakan-kebijakan yang dikembangkan oleh badan-badan dan pejabat-pejabat pemerintah". Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa :

1. Bahwa kebijakan Negara itu selalu mempunyai tujuan tertentu atau merupakan tindakan yang berorientasi pada tujuan.
2. Bahwa kebijakan itu berisi tindakan-tindakan atau pola-pola tindakan pejabat-pejabat pemerintah.

3. Bahwa kebijakan itu adalah merupakan apa yang benar-benar dilakukan oleh pemerintah, jadi bukan merupakan apa yang pemerintah bermaksud akan melakukan sesuatu atau menyatakan akan melakukan sesuatu.
4. Bahwa kebijakan Negara itu bersifat positif dalam arti merupakan beberapa bentuk keputusan pejabat pemerintah untuk melakukan sesuatu.
5. Bahwa kebijakan pemerintah setidaknya-tidaknya dalam arti yang positif didasarkan atau dilandaskan pada peraturan-peraturan perundang-undangan dan bersifat memaksa (otoriter).

Dari beberapa pengertian kebijakan publik tersebut, dengan mengikuti paham bahwa kebijakan publik itu adalah serangkaian tindakan yang ditetapkan dan dilaksanakan oleh pemerintah yang mempunyai tujuan atau berorientasi pada tujuan tertentu demi kepentingan seluruh rakyat, maka (M. Irfan Islamy 1997 : 20) menguraikan beberapa elemen penting dalam kebijakan publik yaitu :

1. Bahwa kebijakan publik itu dalam bentuk Perdana berupa penetapan-penetapan pemerintah.
2. Bahwa kebijakan publik itu tidak cukup hanya dinyatakan tetapi dilaksanakan dalam bentuk yang nyata.
3. Bahwa kebijakan publik, untuk melakukan baik sesuatu ataupun tidak melakukan sesuatu itu mempunyai dan dilandasi maksud dan tujuan tertentu.
4. Bahwa kebijakan publik itu harus senantiasa ditunjukkan bagi kepentingan seluruh anggota masyarakat.

### 2.1.2. Tahapan Kebijakan

Tahap-tahap pembuatan kebijakan publik menurut William Dunn adalah sebagai berikut :

#### a. Penyusunan Agenda

Penyusunan agenda adalah sebuah fase dan proses yang sangat strategis dalam realitas kebijakan publik. Dalam proses inilah ada ruang untuk memaknai apa yang disebut sebagai masalah publik dan agenda publik perlu diperhitungkan.

Jika sebuah isu menjadi masalah publik, dan mendapatkan prioritas dalam agenda publik, maka isu tersebut berhak mendapatkan alokasi sumber daya publik yang lebih daripada isu lain. Dalam penyusunan agenda juga sangat penting untuk menentukan suatu isu publik yang akan diangkat dalam suatu agenda pemerintah. Isu kebijakan (*policy issue*) sering juga disebut sebagai masalah kebijakan (*policy problem*). *Policy issue* biasanya muncul karena telah terjadi silang pendapat diantara para actor mengenai arah tindakan yang telah atau akan ditempuh, atau pertentangan pandangan mengenai karakter permasalahan tersebut. Menurut William Dunn (1998), isu kebijakan merupakan produk atau fungsi dari adanya perdebatan baik tentang rumusan, rincian, penjelasan maupun penilaian atas suatu masalah tertentu. Namun tidak semua isu bisa masuk menjadi agenda sebuah kebijakan. Ada beberapa kriteria isu yang bisa dijadikan agenda kebijakan publik (1974; Salesbury, 1976; Sandbach, 1980; Houghwood dan Gunn, 1986) diantaranya telah mencapai titik kritis tertentu yang jika diabaikan, akan mencapai tingkat partikularitas tertentu yang berdampak dramatis, menyangkut emosi tertentu dari sudut kepentingan orang banyak dan mendapat dukungan media massa, menjangkau dampak yang lebih luas, mempermasalahkan

kekuasaan dan keabsahan dalam masyarakat, menyangkut suatu persoalan yang fasionable (sulit dijelaskan, tetapi mudah dirasakan kehadirannya).

#### b. Formulasi Kebijakan

Masalah yang sudah masuk dalam agenda kebijakan kemudian dibahas oleh para pembuat kebijakan. Masalah-masalah tadi didefenisikan untuk kemudian dicari pemecahan masalah yang terbaik. Pemecahan masalah tersebut berasal dari berbagai alternatif atau pilihan kebijakan yang ada. Sama halnya dengan perjuangan suatu masalah untuk masuk dalam agenda kebijakan, dalam tahap perumusan kebijakan masing-masing bersaing untuk dapat dipilih sebagai kebijakan yang diambil untuk memecahkan masalah.

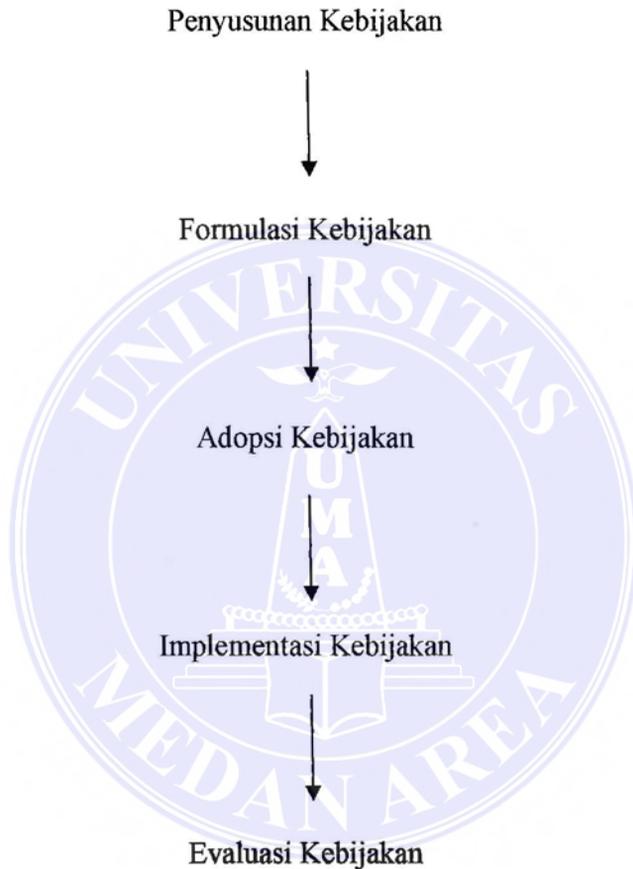
#### c. Adopsi/Legitimasi Kebijakan

Tujuan legitimasi adalah untuk memberikan otorisasi pada proses dasar pemerintahan. Jika tindakan legitimasi dalam suatu masyarakat diatur oleh kedaulatan rakyat, warga negara akan mengikuti arahan pemerintahan. Namun warga Negara harus percaya bahwa tindakan pemerintah yang sah mendukung. Dukungan untuk rezim cenderung berdifusi cadangan dari sikap baik dan niat baik terhadap tindakan pemerintah yang membantu anggota mentolerir pemerintahan disonansi. Legitimasi dapat dikelola melalui manipulasi simbol-simbol tertentu. Dimana melalui proses ini orang belajar untuk mendukung pemerintah.

#### d. Penilaian/Evaluasi Kebijakan

Secara umum evaluasi kebijakan dapat dikatakan sebagai kegiatan yang menyangkut estimasi atau penilaian kebijakan yang mencakup substansi, implementasi dan dampak. Dalam hal ini evaluasi dipandang sebagai suatu kegiatan fungsional. Artinya, evaluasi kebijakan tidak hanya dilakukan pada tahap

akhir saja, melainkan dilakukan dalam seluruh proses kebijakan. Dengan demikian, evaluasi kebijakan bisa meliputi tahap perumusan masalah-masalah kebijakan, program-program yang diusulkan untuk menyelesaikan masalah kebijakan, implementasi maupun tahap dampak kebijakan.



**Gambar 1**

**Tahap-tahap Kebijakan**

Sumber : William Dunn sebagaimana dikutip Budi Winarno (2007: 32-34)

## 2.2. Implementasi

Studi implementasi merupakan suatu kajian mengenai studi kebijakan yang mengarah pada proses pelaksanaan dari suatu kebijakan. Dalam prakteknya implementasi kebijakan merupakan suatu proses yang begitu kompleks bahkan tidak jarang bermuatan politis dengan adanya intervensi berbagai kepentingan. Implementasi yang merupakan terjemahan dari "*implementation*" berasal dari kata kerja "*To implement*". Menurut *Webster Dictionary* dalam (Tachan, 2008 : 19), kata *to implement* berasal dari bahasa latin "*implementum*" dari asal kata "*impere* dan *plere*". Kata "*impere*" maksudnya "*to fill up*" "*to fill in*" yang artinya mengisi penuh: melengkapi. Sedangkan "*plere*" maksudnya "*to fill*" maksudnya mengisi.

Menurut Merille Grindle dalam leo agustino (2006 : 139) implementasi adalah pengukuran keberhasilan yang dapat dilihat dari prosesnya, dengan mempertanyakan apakah pelaksanaan program sesuai dengan yang telah ditentukan yaitu melihat pada *action* program dari *individual project* dan yang kedua apakah tujuan program tersebut tercapai. Perlu dicatat bahwa implementasi kebijakan merupakan tahapan yang sangat penting dalam keseluruhan struktur kebijakan, karena melalui prosedur ini proses kebijakan secara keseluruhan dapat dipengaruhi tingkat keberhasilan atau tidaknya pencapaian tujuan.

Untuk melukiskan kerumitan dalam proses implementasi dapat dilihat pada pernyataan yang dikemukakan oleh Daniel Mazmanian dan Paul Sabatier dalam bukunya *iplementasi and public policy* dalam Leo Agustino (2006 : 139) mendefinisikan implementasi kebijakan sebagai "pelaksanaan keputusan kebijakan dasar, biasanya dalam bentuk perundang-undangan, namun dapat

berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan. Lazimnya, keputusan tersebut mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebabkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, dan berbagai cara untuk menstrukturkan atau mengatur proses implementasinya”.

Van Meter dan Van Horn dalam Leo Agustino (2006 : 139) mengidentifikasikan implementasi kebijakan, merupakan “tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijaksanaan”. Dari definisi diatas tersebut dapat diketahui bahwa implementasi kebijakan tersebut menyangkut tiga hal yaitu :

1. Adanya tujuan dan sasaran kebijakan
2. Adanya aktifitas atau kegiatan pencapaian tujuan.
3. Adanya hasil kegiatan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa implementasi merupakan suatu proses yang dinamis, dimana pelaksanaan kebijakan melakukan suatu aktifitas atau kegiatan, sehingga pada akhirnya akan mendapatkan suatu hasil yang sesuai dengan tujuan atau sasaran kebijakan itu sendiri.

Menurut chief J.O. Udoji dalam Leo Agustino ( 2006 : 140 ) dengan mengatakan bahwa “implementasi kebijakan adalah sesuatu yang penting bahkan mungkin jauh lebih penting daripada pembuatan kebijakan. Kebijakan-kebijakan hanya berupa sekedar impian atau rencana bagus yang tersimpan rapi dalam arsip kalau tidak diimplementasikan”.

Berdasarkan pendapat diatas, terlihat bahwa implementasi mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan, tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahan-perubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskan sebelumnya. Implementasi pada hakikatnya juga upaya pemahaman apa yang seharusnya terjadi setelah sebuah program dilaksanakan. Implementasi kebijakan tidak hanya melibatkan instansi yang bertanggung jawab untuk melaksanakan kebijakan tersebut. Namun juga menyangkut jaringan kekuatan politik, ekonomi, dan social. Dalam tataran praktis, implementasi adalah proses pelaksanaan keputusan dasar. Oleh karena itu, implikasi sebuah implementasi merupakan tindakan sistematis dari pengorganisasian, penerjemahan dan aplikasi.

### **2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan**

Menurut George C. Edward III dalam Subarsono ( 2005 : 90 ) ada 4 (empat) faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan implementasi suatu kebijakan, yakni factor komunikasi, sumber daya, struktur birokrasi dan disposisi.

#### **2.3.1. Komunikasi**

Secara umum Edward dalam Winarno (2002 : 16) membahas tiga hal penting dalam proses komunikasi kebijakan, yakni :

##### **1. Transmisi**

Sebelum pejabat dapat mengimplementasikan suatu keputusan, ia harus menyadari bahwa suatu keputusan telah dibuat dan suatu perintah untuk

pelaksanaannya telah dikeluarkan. Hal ini tidak selalu merupakan proses yang langsung sebagaimana tampaknya. Banyak sekali ditemukan keputusan-keputusan diabaikan atau sering kali terjadi kesalahpahaman terhadap keputusan yang telah dikeluarkan.

## 2. Konsistensi

Jika mimpi berlangsung secara efektif, perintah pelaksanaan harus konsisten dan jelas. Walaupun perintah mempunyai unsure kejelasan, tetapi biarlah perintah tersebut tidak akan memudahkan para pelaksana kebijakan menjalankan tugas dengan baik.

## 3. Kejelasan

Edward mengidentifikasi enam faktor terjadinya ketidakjelasan komunikasi kebijakan. Faktor-faktor tersebut adalah kompleksitas kebijakan, keinginan untuk tidak mengganggu kelompok-kelompok masyarakat, kurangnya consensus mengenai tujuan kebijakan, masalah-masalah dalam memulai suatu kebijakan baru, menghindari pertanggung jawaban kebijakan dan sifat pembuat kebijakan peradilan.

### 2.3.2. Sumber daya

Sumber daya merupakan faktor yang paling penting dalam implementasi kebijakan agar efektif. Sumber daya tersebut dapat terwujud sumber daya manusia, yakni kompetensi implemtor, sumber dana finansial. Tanpa adanya sumber daya, kebijakan hanya tinggal dikertas saja menjadi dokumen.

### 2.3.3. Struktur Birokrasi

Struktur organisasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan salah satu dari aspek struktur yang penting dari setiap organisasi adalah adanya



prosedur operasi yang standar (*Standar Operating Procedure* atau *SOP*). *SOP* menjadi pedoman bagi implementor dalam bertindak. Struktur organisasi yang terlalu panjang akan cenderung melemahkan pengawasan dan menimbulkan *red-lape*, yakni prosedur birokrasi yang rumit dan kompleks. Dan pada akhirnya menyebabkan aktifitas organisasi tidak fleksibel.

#### 2.3.4. Disposisi (cenderung atau tingkah laku)

Disposisi adalah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor seperti komitmen, kejujuran, dan sifat demokratis. Apabila implementor memiliki disposisi yang baik, dia akan dapat menjalankan kebijakan dengan baik seperti apa yang diinginkan oleh pembuat kebijakan. Ketika implementor memiliki sifat atau perspektif yang berbeda dengan pembuat kebijakan, maka proses implementasi kebijakan juga menjadi tidak efektif.

### 2.4. Peraturan Daerah

Peraturan Daerah adalah peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dengan persetujuan bersama Kepala Daerah (Gubernur atau Bupati/Waikota). Materi muatan Peraturan Daerah adalah seluruh materi muatan dalam rangka penyelenggaraan otonomi daerah dan tugas pembantuan, dan menampung kondisi khusus daerah serta penjabaran lebih lanjut peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi. (Sari Nugraha, 2004 : 27)

Peraturan Daerah terdiri atas:

2.4.1. Peraturan Daerah Provinsi, yang berlaku di provinsi tersebut. Peraturan daerah provinsi dibentuk oleh DPRD Provinsi dengan persetujuan bersama Gubernur.

2.4.2. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota, yang berlaku di Kabupaten/Kota tersebut. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota dibentuk oleh DPRD Kabupaten/Kota dengan persetujuan bersama Bupati/Walikota. Peraturan daerah Kabupaten/Kota tidak subordinat terhadap Peraturan Daerah Provinsi. (Sari Nugraha, 2004 : 28)

Di provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, peraturan daerah dikenal dengan istilah *qamun*. Di Provinsi Papua, dikenal istilah Peraturan Daerah khusus dan Peraturan Daerah Provinsi. Peraturan daerah (perda) adalah instrument aturan yang secara sah diberikan kepada pemerintah daerah dalam menyelenggarakan pemerintahan di daerah. Sejak tahun 1945 hingga sekarang ini, telah berlaku beberapa undang-undang yang menjadi dasar hukum penyelenggaraan pemerintahan daerah dengan menetapkan perda sebagai instrument yuridisnya.

Kedudukan dan fungsi perda berbeda antara yang satu dengan lainnya sejalan dengan system ketatanegaraan yang termuat dalam UUD/Konstitusi dan UU pemerintahan daerahnya. Perbedaan tersebut juga terjadi pada penataan materi muatan yang disebabkan karena luas sempitnya urusan yang ada pada pemerintah daerah.

Demikian juga terhadap mekanisme pembentukan dan pengawasan terhadap pembentukan dan pelaksanaan perda mengalami perubahan seiring dengan perubahan pola hubungan antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah. Setiap perancang perda, terlebih dahulu harus mempelajari dan menguasai aturan hukum positif tentang UU pemerintah daerah, UU tentang perundang-undangan, Peraturan pelaksanaan yang secara khusus mengatur tentang perda. (Sari Nugraha, 2004 : 28)

Untuk merancang sebuah perda, perancang pada dasarnya harus menyiapkan diri secara baik dan menguasai hal-hal sebagai berikut:

- a. Analisis data tentang persoalan social yang akan diatur.
- b. Kemampuan teknis perundang-undangan.
- c. Pengetahuan teoretis tentang pembentukan aturan.
- d. Hukum perundang-undangan baik secara umum maupun khusus tentang perda.

(Utrecht, 1989 : 1)

Melalui amandemen UUD 1945 yang kedua, perda mendapatkan landasan konstitusionalnya didalam konstitusi yang keberadaannya digunakan untuk melaksanakan otonomi dan tugas pembantuan (*vide Pasal 18 ayat (6) UUD 1945*). Selanjutnya Pasal 12 UU No. 10/2004 menggariskan materi muatan perda adalah seluruh materi muatan dalam rangka: penyelenggaraan otonomi dan tugas pembantuan, menampung kondisi khusus daerah, serta penjabaran lebih lanjut peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.

## **2.5. Pajak dan Pajak Daerah**

### **2.5.1. Definisi Pajak**

Adapun dibawah ini akan dituliskan beberapa definisi pajak yang dikemukakan oleh para ahli :

Pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H. adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbale balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Definisi tersebut kemudian disempurnakan menjadi : pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat

kepada kas Negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplus”-nya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*.

Ahli yang lain yakni S.I. Djajadiningrat mengemukakan bahwa pajak sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas Negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbale balik dari Negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum. (Siti Resmi, 2014 : 1)

Kemudian menurut Dr. N.J. Feldman Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkannya secara umum), tanpa adanya kontraprestasi, dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.(Siti Resmi, 2014 :2)

### 2.5.2. Fungsi Pajak

Terdapat dua fungsi pajak yaitu fungsi *budgetair* (sumber keuangan Negara) dan fungsi *reguralend* (pengatur).

#### 1. Fungsi Budgetair (sumber keuangan Negara)

Pajak mempunyai fungsi budgetair, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan Negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas Negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara eksentifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak

melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak, seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan lain-lain.

## 2. Fungsi Regulerend (Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang social dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

### 2.5.3. Pembagian Hukum Pajak

Hukum pajak dibagi menjadi dua, yaitu hukum pajak materiil dan hukum pajak formil.

#### 1. Hukum Pajak Materiil

Hukum pajak materiil merupakan norma-norma yang menjelaskan keadaan, perbuatan, dan peristiwa hukum yang harus dikenakan pajak, siapa yang harus dikenakan pajak, dan berapa besar pajaknya. Dengan kata lain, hukum pajak materiil mengatur tentang timbulnya, besarnya, dan hapusnya utang pajak beserta hubungan hukum antara pemerintah serta wajib pajak. Termasuk dalam hukum pajak materiil adalah peraturan yang memuat kenaikan, denda, sanksi atau hukuman, cara-cara pembebasan dan pengembalian pajak, serta ketentuan yang memberi hak tagihan utama kepada fiskus. Peraturan tersebut ada yang bersifat sederhana dan ada yang bersifat berbelit-belit seperti pajak penghasilan.

## 2. Hukum Pajak Formil

Hukum pajak formil merupakan peraturan-peraturan mengenai berbagai cara untuk mewujudkan hukum materiil menjadi suatu kenyataan. Bagian hukum ini memuat cara-cara penyelenggaraan mengenai penetapan suatu utang pajak, control oleh pemerintah terhadap penyelenggaranya, kewajiban para wajib pajak (sebelum dan sesudah menerima surat ketetapan pajak), kewajiban pihak ketiga, dan prosedur dalam pemungutannya. Hukum pajak formil dimaksudkan untuk melindungi fiskus dan wajib pajak serta member jaminan bahwa hukum materiilnya dapat diselenggarakan setepat mungkin. Hubungan hukum antara fiskus dan wajib pajak tidaklah selalu sama karena kompetensi aparatur fiskus yang terkadang ditambah atau dikurangi. Sebagai contoh, mula-mula tidak terdapat peraturan yang melindungi wajib pajak, melainkan yang bersifat melawannya. Akan tetapi, lama-kelamaan ada perbaikan dalam hal terdapatnya hak-hak wajib pajak yang umumnya melindungi tindakan sewenang-wenang pihak fiskus. (Siti, Resmi, 2014 : 5)

### 2.5.4. Jenis Pajak

Terdapat berbagai jenis pajak yang dilelompokkan menjadi tiga yaitu pengelompokan menurut golongan, menurut sifat, dan menurut lembaga pemungutnya.

#### 1. Menurut Golongan

Pajak dikelompokkan menjadi dua:

- a. Pajak Langsung, pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh wajib pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Pajak harus menjadi beban wajib pajak yang bersangkutan. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh). PPh dibayar atau ditanggung oleh pihak-pihak tertentu yang memperoleh penghasilan tersebut.
- b. Pajak Tidak Langsung, pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Pajak tidak langsung terjadi jika terdapat suatu kegiatan, peristiwa, atau perbuatan yang menyebabkan terutangnya pajak, misalnya terjadi penyerahan barang atau jasa. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN). PPN terjadi karena terdapat pertambahan nilai terhadap barang atau jasa. Pajak ini dibayarkan oleh produsen atau pihak yang menjual barang, tetapi dapat dibebankan kepada konsumen baik secara eksplisit maupun implicit (dimasukkan dalam harga jual barang atau jasa).

## 2. Menurut Sifat

Pajak dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Pajak Subjektif, pajak yang pengenaannya memerhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak atau pengenaan pajak yang memerhatikan keadaan subjeknya. Contoh: Pajak Penghasilan (PPh). Dalam PPh terdapat Subjek Pajak (Wajib Pajak) orang pribadi. Pengenaan PPh untuk orang pribadi tersebut memerhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak (status perkawinan, banyaknya anak, dan tanggungan lainnya). Keadaan pribadi Wajib Pajak tersebut selanjutnya digunakan untuk menentukan besarnya penghasilan tidak kena pajak.

- b. Pajak Objektif, pajak yang pengenaannya memerhatikan objeknya baik berupa benda, keadaan, perbuatan, atau peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak, tanpa memerhatikan keadaan pribadi subjek Pajak (Wajib Pajak) maupun tempat tinggal. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), serta Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

### 3. Menurut Lembaga Pemungut

Pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Pajak Negara (Pajak Pusat), pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga Negara pada umumnya. Contoh: PPh, PPN, dan PPnBM.
- b. Pajak Daerah, pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing. Contoh: Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan, Pajak Air Permukaan, Pajak Rokok, Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan jalan, Pajak Mineral Bukam logam dan Batuan, Pajak Parkir, Pajak Air Tanah, Pajak Sarang Burung Walet, Pajak Bumi dan bangunan Pedesaan dan Perkotaan, Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Pajak Provinsi meliputi Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di atas Air, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan kendaraan di atas Air, Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, serta Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air permukaan. Pajak Kabupaten/Kota

meliputi Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Hiburan, Pajak Reklame, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Pengambilan Bahan Galian Golongan C, Pajak Parkir, Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan, dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan. (Siti Resmi, 2014 :7)

## 2.6. Pajak Reklame

Pajak Reklame merupakan pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat perbuatan, 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 atau didengarkan dari suatu tempat umum kecuali yang diperlukan oleh pemerintah. Tarif pajak ditetapkan sebesar 25 % dari nilai sewa reklame.

### 2.6.1. Objek Pajak Reklame

Dalam undang-undang Pajak Daerah dan Pajak Retribusi disebutkan bahwa objek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame, yaitu meliputi :

- a. Reklame papan/billboard/videotron/megatron merupakan reklame yang terbuat dari papan kayu, termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik yang bersinar maupun yang disinari.

- b. Reklame megatron/videotron/*large electronic display* (LED) merupakan reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan listrik.
- c. Reklame kain yakni reklame yang diselenggarakan menggunakan kain, termasuk kertas, plastic, karet, atau bahan lainnya yang sejenis dengan itu.
- d. Reklame melekat/stiker yakni reklame yang berbentuk lembaran yang lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, dipasang atau digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200 cm<sup>2</sup> per lembar.
- e. Reklame selebaran merupakan reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan, atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
- f. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan yakni reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
- g. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.
- h. Reklame suara yakni reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh peralatan lain.
- i. Reklame film/slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan yang sejenisnya,

sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lainnya yang ada di ruangan.

- j. Reklame peragaan yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara peragaan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

Selain itu objek pajak reklame yang dikecualikan atau yang bukan objek pajak reklame yakni :

- a. Penyelenggara reklame melalui internet, televise, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya.
- b. Label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya.
- c. Nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi yang diselenggarakan sesuai dengan ketentuan yang mengatur nama pengenal usaha atau profesi tersebut.
- d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah,

### 2.6.2. Subjek Pajak dan Wajib Pajak Reklame

Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemesanan reklame sedangkan dan wajib pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Reklame diselenggarakan langsung oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Apabila penyelenggaraan reklame dilaksanakan melalui pihak ketiga

(perusahaan jasa periklanan), maka pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

### 2.6.3. Dasar Hukum

Pajak reklame merupakan pajak daerah yang hasil penerimaannya harus seluruhnya diserahkan kepada daerah Kabupaten/Kota. Pemungutan pajak reklame di Indonesia saat ini berdasar pada hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait. Dasar pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota yaitu:

1. Undang-undang nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
2. Undang-undang Nomor 43 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-undang No 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 Tentang Pajak Daerah.
4. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang mengatur tentang Pajak Reklame. Teruntuk di Kota Medan Pajak Reklame diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame.

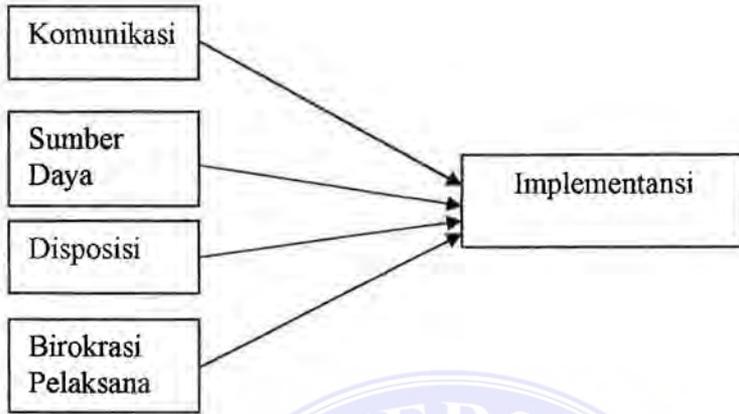
Dengan pembaharuan Undang-undang dan sistem pajak daerah diharapkan kesadaran masyarakat akan meningkat sehingga penerimaan Pajak Daerah yang umumnya dan Pajak Reklame pada khususnya juga akan meningkat. Pajak ini dikenakan atas semua penyelenggaraan reklame. Seperti diketahui pajak reklame dikenakan atas semua penyelenggaraan reklame, otomatis yang menjadi objeknya adalah semua penyelenggaraan reklame.

## 2.7. Kerangka Konsep

Seiring dikeluarkannya Kebijakan Publik untuk Kota Medan yang berbentuk Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame menuntut penataan, perizinan dan penertiban reklame serta meningkatnya penerimaan Daerah dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Akan tetapi dapat dilihat bahwa Kota Medan masih seperti hutan reklame dan diduga banyak reklame yang tidak memiliki izin. Selain itu, penerimaan dari pajak reklame dari tahun 2011 sampai dengan 2015 semakin menurun bukan naik padahal dengan semakin banyaknya titik reklame penerimaan dari pajak reklame harusnya meningkat.

Kurang maksimalnya tuntutan dari perda tersebut akan diperjelas melalui penelitian ini yang akan melihat bagaimana proses berjalannya Implementasi Perda tersebut. Adapun yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi Implementasi menurut Edward III adalah Komunikasi, Sumber Daya, Disposisi dan Srtuktur Birokrasi.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan berikut :



**Gambar 2. Kerangka Pikir  
Implementasi Kebijakan Publik**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian, Sifat Penelitian, Lokasi dan Waktu penelitian

##### 3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memerlukan pemahaman yang mendalam dan menyeluruh berhubungan dengan obyek yang diteliti bagaimana menjawab permasalahan untuk mendapat data – data, kemudian dianalisis dan mendapat kesimpulan penelitian dalam situasi dan kondisi yang tertentu. Menurut Spradley (2010 : 19 ) pendekatan penelitian kualitatif dilakukan secara proses siklus atau melingkar ( *Cyclical* ), bukan proses *linier*. Oleh sebab itu penelitian kualitatif juga berpedoman kepada paradigma *pluralistic* atau beragam teknik pengumpulan data yang dapat digunakan, untuk dapat memberikan rangkaian bukti yang diperlukan untuk meningkatkan validitas data yang dikumpulkan.

Menurut Sudjarwo ( 2010 : 203 ) penelitian kualitatif harus memiliki prinsip yaitu peneliti harus menjadi partisipan yang aktif bersama obyek yang diteliti, disini diharapkan peneliti mampu melihat suatu fenomena dilapangan secara struktural dan fungsional.

##### 3.1.2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain.

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

### 3.1.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan.

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober s/d Desember 2015

### 3.2. Metode Pengumpulan Data

Data atau informasi yang menjadi bahan baku penelitian untuk diolah merupakan data yang berwujud data primer dan data sekunder.

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh melalui serangkaian kegiatan sebagai berikut :

#### a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap obyek penelitian kemudian mencatat gejala – gejala yang ditemukan di lapangan untuk melengkapi data – data yang diperlukan sebagai acuan untuk yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

Menurut Sutrisno Hadi ( 2010 : 166 ) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses – proses pengamatan dan ingatan.

## b. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara peneliti dengan subjek yang diteliti dengan mengajukan pertanyaan – pertanyaan dalam mencari informasi berdasarkan tujuan.

Subjek penelitian ini menjadi informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian, informan penelitian ini meliputi beberapa macam sebagai berikut :

### 1. Informan Kunci

Informan kunci yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Adapun yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Penyusunan Program Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan Bapak John E. Lase, ST, M.si.

### 2. Informan Utama

Informan utama yaitu mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Adapun yang menjadi informan utama dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Pengendalian Pemanfaatan Ruang Bapak Indra, SH, MAP.

### 3. Informan Tambahan

Informan tambahan yaitu mereka yang memberikan informasi walaupun tidak terlibat di dalam interaksi sosial yang diteliti. Adapun yang menjadi informan tambahan yaitu pegawai – pegawai kantor Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan dan para Wajib Pajak.

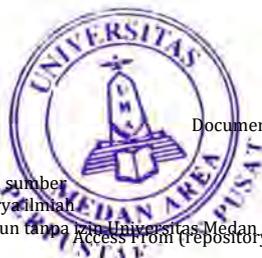
Yang dimaksud dengan wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame. Dalam hal reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh badan atau pribadi, wajib pajak reklame adalah orang pribadi atau badan tersebut. Dalam hal reklame diselenggarakan pihak ketiga, pihak ketiga tersebut menjadi wajib pajak reklame.

2. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi ( analisis dokumen ) berupa penelaahnya terhadap dokumen pribadi, resmi kelembagaan, referensi – referensi atau peraturan yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian. Sumber data sekunder dapat dimanfaatkan untuk menguji menafsirkan bahkan meramalkan tentang organisasi tempat penelitian, data - data yang berhubungan dengan subjek yang diteliti serta dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.3. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Dimana menurut Miles dan Huberman (2010 : 255) analisis data kualitatif tentang mempergunakan kata – kata yang selalu disusun dalam sebuah teks yang diperluas atau dideskripsikan. Sedangkan menurut Sujana (2010 : 255) menyatakan analisis data kualitatif bertolak dari fakta atau informasi dilapangan kemudian diseleksi dan dikembangkan menjadi pertanyaan – pertanyaan yang penuh makna.

Sedangkan untuk analisis data sangat perlu, sebagaimana dinyatakan Bogdan dan Taylor (2010 : 254) mendefinisikan analisis data sebagai proses



yang mencari usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan ide seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada ide itu. Sedangkan menurut Gay (2010 : 255) analisis data dilakukan dengan menguji kesesuaian antara data yang satu dengan data yang lain.

Analisis data dalam metode kualitatif dilakukan secara bersamaan melalui proses pengumpulan data. Menurut Miles dan Humberman (2010 : 255) analisis data meliputi :

1. Pengumpulan Data

Penelitian mencatat semua data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara dilapangan.

2. Reduksi Data

Reduksi data yaitu memilih hal – hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Reduksi merupakan suatu bentuk analisis data yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data – data yang telah di reduksi, memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya jika sewaktu – waktu diperlukan.

3. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun, memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

4. Pengambilan keputusan atau verifikasi

Setelah data disajikan, maka dilakukan pengambilan keputusan dan verifikasi. Untuk itu diusahakan untuk mencari pola, model, tema, hubungan, persamaan, hal – hal yang sering muncul, dan lain sebagainya. Jadi dari data tersebut diusahakan untuk mengambil suatu kesimpulan. Verifikasi dapat dilakukan dengan keputusan, didasarkan pada reduksi data, dan penyajian data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian.



## BAB V

### PENUTUP

Berdasarkan uraian-uraian yang telah penulis kemukakan pada bab-bab sebelumnya maka pada bagian ini penulis mencoba mengambil beberapa kesimpulan dari penelitian di lapangan yang penulis amati selama ini, serta memberikan saran atau masukan sebagai langkah terakhir dalam penulisan hasil penelitian ini.

#### 5.1. Kesimpulan

1. Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame sudah diimplementasikan, akan tetapi belum terlaksana dengan baik atau belum berjalan dengan maksimal. Hal ini terlihat dari minimnya pendapatan asli daerah dari pajak reklame serta belum tertatanya reklame dengan baik dan masih sangat banyak reklame yang tidak memiliki izin dan melanggar izin yang belum ditertibkan dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan. Ini disebabkan karena adanya beberapa kendala yang dihadapi oleh Dins Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan seperti tidak adanya sarana prasarana yang dimiliki Dinas TRTB dan tidak adanya Honor tambahan untuk para pegawai Dinas TRTB. Kurangnya jumlah sumber daya seperti jumlah pegawai juga menjadi kendala untuk mengimplementasikan Perda tersebut. Kompetensi pegawai juga masih kurang untuk menjalankan Perda tersebut. Komitmen dari pihak TRTB juga berpengaruh besar untuk menegakkan peraturan yang ada serta kesadaran dari wajib pajak juga sangat perlu. Selain itu, kerumitan prosedur juga menjadi kendala wajib pajak untuk mengurus izin usaha

**reklame mereka. Maka dari kendala-kendala yang ada Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan belum bisa menjalankan Perda Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame secara efektif dan efisien.**

2. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame merupakan salah satu jenis kebijakan pemerintah Kota Medan yang sudah dibahas dan disepakati bersama DPRD Kota Medan. Dalam menjalankan Perda tersebut dilimpahkan kepada tiga SKPD yaitu Dinas Pendapatan Daerah, Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan, dan Badan Pelayanan Perizinan Terpadu. Jenis reklame papan, billboard, videotron dan megatron ditangani oleh Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan. Jenis reklame seperti kain, umbul-umbul dan spanduk, reklame berjalan termasuk yang dipasang pada kendaraan, reklame udara, reklame apung, reklame suara, reklame film/slide dan reklame peragaan ditangani oleh Badan Pelayanan Perizinan Terpadu. Reklame melekat, poster, stiker, rombongan ditangani oleh Dinas Pendapatan Daerah.

Mengingat masalah reklame merupakan masalah yang kompleks, maka Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan melakukan koordinasi dan kerja sama dengan instansi yang terkait didalamnya.

3. Dalam penanganan masalah reklame, Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan hanya sebatas sebagai pihak yang melakukan sosialisasi tentang peraturan kepada para pengguna dan penyelenggara reklame, memberikan pelayanan untuk mengurus izin reklame, dan menegakkan peraturan-peraturan serta menertibkan reklame yang tidak memiliki izin dan tidak sesuai dengan izin.

## 5.2. Saran

Saran yang diberikan penulis terdiri dari :

1. **Sebaiknya** Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan memberikan pelatihan dan pembinaan kepada para pegawai untuk meningkatkan kompetensi dan kemampuan serta keahlian para pegawai dalam menjalankan tugasnya sebagai implementor Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame.
2. Pemerintah Kota Medan seharusnya menambah jumlah pegawai di Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan karena jumlah pegawai untuk mengimplementasikan kebijakan-kebijakan masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan volume kerja yang ada. Anggaran untuk honor tambahan serta jaminan keselamatan juga semestinya diberikan pemerintah kepada para pegawai.
3. Sarana prasarana dan fasilitas penyelenggaraan penertiban harus dimiliki oleh Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan. Untuk itu, Pemerintah Kota Medan harus menyediakan fasilitas tersebut kepada instansi-instansi terkait dalam penanganan reklame.
4. Proses pengurusan perizinan dan pembayaran pajak masih menggunakan system manual. Penulis menyarankan untuk membuat sistem online untuk memudahkan para wajib pajak baik dalam mengurus perizinan maupun dalam membayar pajak yang telah dikenakan.

5. Prosedur yang ada saat ini masih terlalu panjang dan rumit. Sehingga perlu mengubah prosedur yang ada menjadi prosedur yang lebih pendek dan tidak rumit lagi.
6. Papan Reklame, Billboard, Spanduk, Umbul-umbul milik Pemerintah, TNI, Polisi, Organisasi Kemasyarakatan dan Kepemudaan, dll belum ada diatur baik izin ataupun kordinasi kepada instansi terkait dalam Peraturan Walikota yang merupakan turunan dari Perda Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame. Sebaiknya itu harus diatur bagaimana ketentuannya dalam Peraturan Walikota demi menjaga etika dan estetika Kota Medan.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

Anderson J.E, *Public Policy Making New York* : Holt Rinehart And Wiston, 1979.

Agustino, Leo. 2006. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Alfabeta. Bandung

Dunn, William N, 1998. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik Edisi Kedua*, Gajdah Mada University Press, Yogyakarta.

Iskandar. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (kuantitatif dan kualitatif)*. Gaung Persada Press. Ciputat.

M. Irfan, Islamy, 2001. *Prinsip-prinsip Perumusan Kebijakan Negara*, Bumi Aksara, Jakarta.

Sari Nugraha. *Problematika Dalam Pengujian dan Pembatalan Perda Oleh Pemerintah Pusat*. Jurnal Hukum Bisnis, Volume 23 No 1 Tahun 2004.

Subarsono, AG, 2005. *Analisa Kebijakan Publik, Konsep, Teori, dan Aplikasi*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Siti, Resmi. 2014. *Perpajakan Teori dan Kasus*. Salemba Empat. Jakarta.

Tachan. 2006. *Implementasi Kebijakan Publik*. AIPI Bandung. Bandung

Wahab, Abdul, 2004. *Analisis kebijakan dari Formulasi keimplementasi Kebijakan Negara*, Bumi Aksara.

Wahab, Abdul, 1997. *Analisis kebijakan dari Formulasi keimplementasi Kebijakan Negara*, Malang

Winarno, Budi, 2007. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*, Yogyakarta: Media Pressindo.

### Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Otonomi Daerah

Undang—undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Peraturan Walikota Medan Nomor 19 Tahun 2010 Tentang Rincian Tugas pokok dan Fungsi Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan Kota Medan

Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame

Peraturan Walikota Medan Nomor 17 Tahun 2014 Tentang Petunjuk Teknis

Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame

Peraturan Walikota Medan Nomor 57 Tahun 2012 Tentang Penataan Reklame di Kota Medan

Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 3 Tahun 2009 tentang Pembentukan Organisasi dan Tatakerja Perangkat Daerah

Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah sebagai salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah

Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 2 Tahun 2009 tentang urusan *Pemerintahan Kota Medan*

