



Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Garut

Tantri Hardianti¹; Muslim Alkautsar²; Fitri Syakinah³

¹ Universitas Garut

24022119100@fekon.uniga.ac.id

² Universitas Garut

malkautsar@uniga.ac.id

³ Universitas Garut

fitrisyakinah@uniga.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori George Edward III. Pajak reklame adalah salah satu sumber pendapatan daerah yang sangat potensial untuk pembiayaan tinggi dari warga Negara Indonesia yang mempunyai kewajiban perpajakan dan juga sebagai salah satu upaya untuk mengoptimalkan pendapatan pajak daerah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metodologi kualitatif pendekatan deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut sudah berjalan cukup baik diantaranya yaitu sumberdaya, disposisi dan struktur birokrasi. Sedangkan ditinjau dari komunikasi masih kurang optimal karena terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan pada Badan Pendapatan Daerah. Selain itu terdapat kendala yang peneliti temukan dalam pemungutan pajak reklame ini seperti kurangnya sosialisasi tentang pemungutan pajak reklame dan kurangnya tingkat kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak. Maka dari itu, upaya yang perlu dilakukan yaitu sosialisasi yang berkala oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut setidaknya 3 kali dalam setahun.

Kata kunci: Implementasi Kebijakan, Pajak Reklame

Abstract

The purpose of this study aims to determine the implementation of advertisement tax collection policies in the Regional Revenue Agency of Garut Regency. The theory used in this study is the theory of George Edward III. Advertising tax is a potential source of regional income for high financing from Indonesian citizens who have tax obligations and also as an effort to optimize local tax revenue. This study uses a type of qualitative research methodology descriptive approach. The results show that the implementation of the billboard tax collection policy at the Garut Regency Regional Revenue Agency has gone quite well, including resources, disposition and bureaucratic structure. Meanwhile, in terms of communication, it is still not optimal because there are several problems found in the Regional Revenue Agency. In

addition, there are obstacles that researchers found in collecting this billboard tax, such as lack of socialization about billboard tax collection and lack of taxpayer awareness level to pay taxes. Therefore, efforts that need to be made are periodic socialization by the Garut Regency Regional Revenue Agency at least 3 times a year.

Keywords: Advertising Tax, Policy Implementation.

1 Pendahuluan

Pajak merupakan suatu iuran wajib yang dibayar oleh rakyat kepada pemerintah yang sifatnya dapat dipaksakan dan tanpa mendapat balas jasa. Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang digunakan untuk melaksanakan pembangunan nasional. Untuk dapat merealisasikan tujuan tersebut perlu banyak memperhatikan masalah biaya pembangunan. Salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa atau negara dalam pembiayaan pembangunan yaitu menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri berupa pajak. Pajak digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna bagi kepentingan bersama (Waluyo, 2017).

Salah satu pendapatan pajak yang dapat dipungut oleh pemerintah daerah kabupaten/kota adalah reklame. Reklame itu sendiri adalah media untuk menghubungkan antara produsen dan konsumen untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan perusahaan atau instansi lain untuk tujuan yang sama. Reklame tersebut bisa berbentuk papan, reklame peragaan, reklame selebaran, stiker, kain, baliho dan reklame berjalan. Seperti media cetak, contohnya majalah, koran, tabloid dan lain sebagainya maupun media elektronik seperti televisi, radio, dan media online lainnya.

Tabel 1: Target dan realisasi penerimaan pajak reklame Kabupaten Garut Tahun 2018-2022 (dalam rupiah)

No	Tahun	Target	Realisasi	Selisih	%
1	2018	3.950.000.000	4.564.004.815	614,004,815	115,54%
2	2019	4.400.000.000	4.911.049.494	511.049.494	111,61%
3	2020	4.069.412.455	3.611.963.414	-457.449.041	88,76%
4	2021	4.850.000.000	5.387.434.561	537.434.561	111,08%
5	2022	5.865.000.000	5.492.151.074	372.848.926	93,4 %

Pada tahun 2020 penerimaan pajak reklame mengalami penurunan serta kurang dari yang ditargetkan, yakni penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 3.611.963.414 dan target yang ditetapkan sebesar Rp. 4.069.412.455, ini dikarenakan adanya covid-19 yang menghambat penerimaan pajak reklame, tetapi dengan adanya covid-19 pihak Bapenda memberikan batas kelonggaran penangguhan disemua sektor pajak pada saat pandemi saja untuk pemungutan pajak, selain adanya covid-19 yaitu reklame liar yang tidak berizin, masih terdapat perizinan pemasangan yang sudah jatuh tempo tetapi tidak memperpanjang perizinannya, kurangnya kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak. Pada tahun 2022 juga mengalami penurunan serta kurang dari yang ditargetkan, yakni penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 5.492.151.074 dan target yang ditetapkan sebesar Rp. 5.865.000.000, karena kurangnya sumber daya manusia terutama dengan keahlian pajak, dimulai dari pendaftaran, penagihan dan pengawasan pada target dan realisasi penerimaan pajak reklame untuk setiap tahun anggarannya dan pencabutan reklame

maka dari itu diperlukan landasan hukum dan aturan yang jelas, tegas dan transparan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Pajak reklame mengalami hambatan dalam pelaksanaan pemungutan sehingga tidak semua wajib pajak sadar akan pajak, tidak semua pendataan lancar tergantung orangnya, jika orang tersebut tidak bayar pajak karena tidak mendaftar, hal ini pajak memaksa harus bayar karena pemerintah telah mengeluarkan aturan dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat. Untuk solusinya bahwa pemungutan pajak reklame sebanyak-banyaknya di lapangan harus dijadikan wajib pajak yang bersifat komersial harus memaksa dan memberikan pemahaman akan kesadaran wajib pajak. Pemerintah kabupaten Garut terus memberikan pembinaan dan pelayanan yang mendukung pemungutan pajak reklame.

2 Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut Mardiasmo (2019) menyatakan bahwa pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat balas jasa (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

2.2 Implementasi Kebijakan

Menurut Pramono Joko (2020), 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 seperti yang telah diputuskan sebelumnya. Implementasi pada dasarnya juga merupakan upaya pemahaman apa yang seharusnya terjadi setelah program dilaksanakan.

2.3 Pemungutan

Menurut undang-undang Nomor 18 tahun 1997 pasal 1, Pemungutan Adalah suatu rangkaian kegiatan mulai dari penghimpunan data objek subjek pajak retribusi, penetapan besarnya pajak atau retribusi yang terutang sampai kegiatan penagihan pajak atau retribusi wajib pajak atau retribusi serta pengawasan penyetoran.

2.4 Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Garut Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Reklame. Pajak Reklame adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame. Pajak Reklame merupakan suatu pungutan yang dilakukan oleh pemerintah daerah yang wajib harus dibayar oleh wajib pajak reklame atas pemasangan reklame di tempat yang strategis dengan tujuan untuk mempromosikan dan meningkatkan nilai jual. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada

suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan atau didengar dari suatu tempat yang umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. (Siahaan, 2016).

3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif pendekatan deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan lebih luas. Data primer digunakan untuk mengetahui profil reklame di Bapenda Kabupaten Garut. Data lain yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Dalam hal ini dari dinas-dinas atau instansi pemerintah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini guna mencapai tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana prosedur pemungutan pajak reklame di kabupaten garut. Teknik pengolahan data yang digunakan untuk membahas masalah dalam penelitian ini yaitu dengan metode analisis kualitatif.

4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kebijakan yang dikeluarkan oleh Badan Pendapatan Daerah untuk mengoptimalkan penerimaan pajak serta untuk meningkatkan pelayanan masyarakat dan kemandirian daerah. Terlepas dari semua itu sebgas dan sehebat apapun suatu kebijakan yang dibuat hanya akan menjadi sebuah dokumen yang tiada artinya jika tidak diimplementasikan sebagai mestinya. Implementasi merupakan suatu proses pelaksanaan dalam kebijakan, dimana dalam pengimplementasian suatu kebijakan tidaklah mudah dan bahkan langsung baik seperti perkiraan saat pembuatan kebijakan itu sendiri. Pada dasarnya bahwa mengimplementasikan kebijakan adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuan. Sebuah kebijakan harus dilaksanakan atau diimplementasikan agar mempunyai dampak atau tujuan yang diinginkan. Setiap kebijakan yang diimplementasikan pasti terdapat faktor-faktor atau variabel yang ikut berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan suatu proses implementasi. Untuk menjawab pertanyaan peneliti mengenai implementasi kebijakan pemungutan pajak reklame di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut penulis menggunakan model implementasi kebijakan oleh George C. Edward III. Teori ini terdiri dari 4 faktor yang membentuk kaitan denga napa yang menjadi pertanyaan peneliti kepada informan berdasarkan hasil wawancara.

1. Komunikasi

Bahwasannya komunikasi yang dilakukan oleh pelaksana kebijakan yaitu Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut kepada wajib pajak reklame sudah berjalan dengan baik dari segi transmisi dan kejelasan informasi tetapi untuk segi konsistensi penyampaian informasi masih kurang baik dikarenakan masih ada saja wajib pajak yang tidak mengetahui mengenai pajak reklame.

2. Sumber Daya

a) Sumber Daya Manusia

Sumber daya utama dalam implementasi kebijakan adalah staf yang menjalankan suatu implementasi kebijakan. Kegagalan yang sering terjadi dalam implementasi kebijakan salah satunya karena staf yang tidak mencukupi, memadai, ataupun tidak kompeten di bidangnya. Berdasarkan hasil penelitian bahwa ketersediaan sumber daya manusia di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut belum memadai dari segi jumlah maupun profesionalisme dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame.

b) Sumber daya Anggaran

Sumber daya anggaran dalam proses implementasi kebijakan berkaitan dengan kecukupan modal atau investasi maupun program untuk menjamin terlaksananya kebijakan. Berdasarkan hasil penelitian mengenai anggaran di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut dapat disimpulkan bahwasannya sumber daya anggaran dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame sudah mencukupi dan tidak ada anggaran khusus, melainkan tergabung dengan kegiatan pajak daerah yang lain yang sudah dianggarkan melalui Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Pemerintah Kabupaten Garut.

c) Sumber Daya Fasilitas

Sumber daya fasilitas juga merupakan faktor penting dalam implementasi kebijakan. Implementor mungkin memiliki staf yang mencukupi serta mengerti apa yang harus dilakukannya dan memiliki wewenang untuk melaksanakan tugasnya tetapi tanpa adanya fasilitas pendukung maka implementasi kebijakan tersebut tidak akan berhasil. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sumber daya fasilitas dalam upaya mendukung pelaksanaan pemungutan pajak reklame sudah dilaksanakan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut. Hal itu terlihat dari pemberian fasilitas penunjang seperti gedung, komputer dan kendaraan dinas yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik.

d) Sumber Daya Informasi dan Kewenangan

Sumber daya informasi dan kewenangan yang cukup untuk membuat keputusan sendiri yang dimiliki oleh suatu lembaga akan mempengaruhi lembaga itu dalam melaksanakan suatu kebijakan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sumber daya informasi dan kewenangan dalam pemungutan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut sudah cukup memadai dengan kewenangan yang bersifat semi informal dan dengan adanya website Bapenda yang menyediakan berbagai informasi mengenai perpajakan.

3. Disposisi

Keberhasilan dari suatu implementasi kebijakan tidak hanya dipengaruhi oleh sejauh mana pelaku kebijakan mengetahui apa yang dilakukan tetapi juga ditentukan oleh kemauan dari para pelaku kebijakan terhadap pelaksanaan kebijakan tersebut. Terkait dengan pemungutan pajak reklame di Kabupaten Garut, berdasarkan hasil penelitian yang peneliti peroleh dari Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut selaku pihak yang mendukung sepenuhnya atas diselenggarakannya pemungutan pajak reklame tersebut. Karena pemungutan pajak reklame di Kabupaten Garut ini sudah ada dalam Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2016 tentang pajak daerah. Sehingga tanggung jawab pelaksana kebijakan untuk mengurus pajak reklame ini diharapkan mampu mengembangkan potensi yang ada pada pajak reklame ini, karena jika dilihat sekarang ini potensinya cukup besar setiap tahun selalu meningkat jumlahnya.

4. Struktur Birokrasi

Struktur birokrasi mencakup dimensi standar operasional prosedur (SOP) dan dimensi fragmentasi yang akan memudahkan dan memperlancar tindakan dari para pelaksana kebijakan dalam melaksanakan apa yang menjadi tugasnya. SOP menjadi pedoman bagi setiap implementator dalam bertindak agar dalam pelaksanaannya tidak melenceng dari tujuan dan sasaran kebijakan. Kedua hal tersebut adalah standar operasional prosedur (SOP) dan fragmentasi yang dijelaskan sebagai berikut:

1) Standar Operasional Prosedur (SOP)

Struktur organisasi yang melakukan kebijakan harus memiliki pedoman dalam menjalankan tugas, dalam melaksanakan kebijakan terdapat prosedur-prosedur ukuran dasar yang sering disebut SOP. Dengan adanya SOP para pelaksana dapat memanfaatkan waktu yang tersedia.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam pemungutan pajak reklame yang dilakukan Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut sudah ada Standar Operasional Prosedur (SOP) dan sudah dilakukan sesuai dengan aturannya. Sehingga memudahkan petugas Bapenda dalam melaksanakan pemungutan pajak reklame.

2) Fragmentasi

Fragmentasi merupakan penyebaran tanggung jawab suatu kebijakan kepada beberapa badan yang berbeda sehingga memerlukan koordinasi. Tanggung jawab bagi suatu bidang kebijakan sering tersebar diantara beberapa organisasi, sehingga nantinya akan menimbulkan pola hubungan antar unit atau badan organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pelaksana pemungutan pajak reklame ditangani oleh Bidang Pendataan dan Bidang Penagihan. Dalam pelaksanaan pemungutan terdapat adanya koordinasi, antara bidang-bidang tersebut. Dengan adanya pembagian tugas pada pelaksana pemungutan tersebut dimaksudkan untuk memperoleh dan mempercepat proses pemungutan pajak reklame dan sudah terdapat penyebaran tanggung jawab pada masing-masing bidang sehingga sangat mempengaruhi keberhasilan dan pelaksanaan kebijakan ini.

5 Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Komunikasi yang dilakukan Badan pendapatan Daerah kepada wajib pajak reklame belum berjalan dengan baik. Karena walaupun dari segi transmisi dan kejelasan informasi sudah berjalan baik, tetapi konsistensi penyampaian informasi masih terasa kurang. Sehingga masih terdapat sebagian wajib pajak yang kekurangan informasi mengenai pemungutan pajak reklame di Kabupaten Garut.
2. Sumber daya yang dimiliki Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut dalam menjalankan kebijakan dari segi sumber daya manusia belum memadai sepenuhnya dari segi jumlah maupun profesionalisme, sedangkan sumber daya fasilitas yang dimiliki sudah memadai, dan sumber daya anggaran sudah memadai tetapi masih tercampur dengan anggaran yang lainnya tidak dikhususkan untuk pajak reklame saja kemudian untuk sumber daya informasi dan kewenangan sudah diterapkan dengan baik.
3. Disposisi atau sikap para pelaksana dari petugas Badan Pendapatan Daerah dalam melaksanakan implementasi kebijakan sudah berjalan dengan baik, Badan Pendapatan Daerah selaku pihak yang melakukan pemungutan mendukung sepenuhnya atas diselenggarakannya pemungutan reklame tersebut.
4. Struktur birokrasi pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut di dalam menjalankan kebijakan pemungutan pajak reklame dilihat dari segi Standar Operasional Prosedur (SOP), sudah berjalan dengan baik sesuai dengan aturannya. Sama halnya dilihat dari segi fragmentasi pun sudah berjalan dengan baik karena sudah terdapat penyebaran tanggung jawab pada masing-masing bidang sehingga sangat mempengaruhi keberhasilan dan pelaksanaan kebijakan, baik dilihat dari target dan realiasi maupun penerimaan pajaknya.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka diberikan saran agar:

1. Penelitian ini dijadikan sebagai proses pembelajaran peneliti dalam mengembangkan minat di bidang perpajakan.
2. Perlu dilakukan pendataan secara rutin kepada wajib pajak reklame, serta melakukan sosialisasi secara rutin kepada wajib pajak guna meningkatkan kesadaran wajib pajak terhadap kewajiban dalam hal membayar pajak dan memberikan sanksi yang tegas kemudian memberikan anggaran khusus untuk biaya operasional pemungutan pajak reklame di Kabupaten Garut.

3. Dalam implementasi pemungutan pajak reklame, diperlukan sumber daya manusia yang memadai baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Maka dari itu perlunya penambahan sumber daya manusia (staf) di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut guna mengefektifkan proses implementasi pemungutan pajak reklame.
4. Untuk mengatasi fragmentasi atau penyebaran tanggung jawab yang terjadi dalam struktur Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut, perlunya koordinasi yang intens antar bidangnya untuk meminimalisir kesalahpahaman atau *misscommunication* yang terjadi.

Daftar Pustaka

- Author. (2009). *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan*. Andi.
- Peraturan Daerah kabupaten Garut. (2016). *Peraturan Daerah Kabupaten Garut Nomor 1 Pasal 1 Tahun 2016*.
- Pramono, J. (2020). *Implementasi dan Evaluasi Kebijakan Publik*. Surakarta: UNISRI Press.
- Undang-Undang No. 18 tahun 1997 tentang pajak daerah dan retribusi daerah.
- Waluyo, (2017). *Perpajakan Indonesia (edisi 12)*. Jakarta. Salemba Empat.