

PELAYANAN IZINREKLAME PADA BADAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU KOTA PALU

NOVIANTI/D 10110 455

Pembimbing : I. Dr. Surahman, S.H., M.H
II. Dr. Abdulah Iskandar, SH, MH

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah “ Pelayanan Izin Reklame Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Palu “ Sedangkan yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana prosedur pelayanan izin reklame di kota palu (2) bagaimana pengawasan reklame di kota palu.

Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 12 Tahun 2012 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame, pengawasan penyelenggara reklame dilakukan terhadap aspek masa berlakunya izin, perpajakan, estetika dan keindahan, konstruksi bangunan reklame dan tata ruang. Jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah Kota Palu tersebut 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.

Kata kunci: Prosedur, Izin, dan Pengawasan.

I. PENDAHULUAN

A. 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.¹

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. Pelaksanaan otonomi daerah tersebut dititik beratkan 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 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.

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 perundangundangan yang berlaku. Sedangkan kewajiban adalah kewajiban daerah untuk mengeluarkan uang dalam rangka melaksanakan semua urusan pemerintah di daerah.²

Adapun salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kabupaten Sinjai adalah pajak daerah. Pajak daerah sebagai salah satu pendapatan daerah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak dan Retribusi Daerah (PRD).

¹Brotodiharjo. Pengantar Ilmu HukumPajak. Erlangga, Jakarta 1991. 125

² Marsiasmo. Otonomi Dan Manajemen Keuangan Daerah. Yogyakarta. Andi Yogyakarta. 2004. Hlm 12.

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.

Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 12 Tahun 2012 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame, pengawasan penyelenggara reklame dilakukan terhadap aspek masa berlakunya izin, perpajakan, estetika dan keindahan, konstruksi bangunan reklame dan tata ruang. Namun dalam kehidupan sehari-hari terkadang masyarakat di buat takut karena keberadaan papan Reklame yang berdiri atau terpasang di atas toko, di median jalan, maupun di pinggir jalan, di karenakan papan reklame yang terpasang tidak sesuai prosedur yang telah ditetapkan oleh dinas perijinan di daerah tersebut atau papan reklame tersebut tidak memiliki keamanan yang tinggi. Reklame- reklame liar tersebut terpasang di media jalan dan di pinggir kota. Apabila hal tersebut dibiarkan dan tidak ditindak tegas maka kenyamanan dan

keindahan kota akan terganggu, serta dapat mengurangi pendapatan asli daerah Kota Palu

Pemasangan reklame yang semakin liar akan banyak menimbulkan permasalahan di wilayah Kota Palu. Permasalahan pertama akan menimbulkan estetika dan keindahan kota akan berserakan dan menghalangi keindahan kota. Permasalahan kedua akan menimbulkan permasalahan dari segi ekonomi, retribusi pendapatan daerah akan menurun karena adanya pemasangan reklame liar yang tidak membayar biaya retribusi pajak setiap bulannya. Permasalahan yang ketiga akan menimbulkan masalah adanya masa izin berlakunya telah habis dikarenakan pemasangan reklame yang masa izinya habis bila tidak di tindak lanjuti maka akan merugikan pendapatan daerah Kota. Permasalahan keempat adalah apabila adanya pemasangan reklame liar akan menimbulkan masalah adanya bangunan reklame liar yang konstruksi bangunan tidak sesuai dan merusak bangunan yang ada di sebelahnya maupun di sekelilingnya.

Oleh karena itu untuk mengoptimalkan pengelolaan pajak

reklame maka diperlukan adanya sebuah perencanaan, pelaksanaan serta pengawasan sesuai dengan konsep fungsi manajemen. Pertama perencanaan, mencakup penentuan pokok-pokok tujuan, sasaran, target serta strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame. Kedua pelaksanaan yakni penerapan mekanisme pemungutan, monitoring masa berlaku reklame. Dan ketiga pengawasan yaitu pemantauan di lapangan terutama batas pemasangan reklame.³

Jenis pajak yang menarik dari semua pajak yang dikelola oleh Pemerintah Kota Palu tersebut 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 bauran 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 di Kota Palu.

B.Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka permasalahan yang penulis rumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana prosedur pelayanan izin reklame di Kota Palu ?
2. Bagaimana pengawasan reklame di Kota Palu?

II.PEMBAHASAN

A.Prosedur Pelayanan Izin Reklame

Izin adalah salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam

³ Elmi, Bachrul. Keuangan Pemerintah Daerah Otonom di Indonesia. Universitas Indonesia. 2002. Hal 34

hukum administrasi, pemerintah menggunakan izin sebagai sarana yuridis untuk mengemudikan tingkah laku para warga.

Dalam izin, dinyatakan siapa yang memberikan kewenangan dapat dilihat dari kepala surat dan penandatanganan yang memberikan izin. Pada dasarnya pembuat aturan akan menunjuk organisasi dalam suatu sistem perizinan, organisasi yang paling berbekal mengenai materi dan tugas bersangkutan. Hampir seluas yang terkait adalah organisasi-organisasi pemerintah.⁴

Berdasarkan keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara NO.63/KEP/M.PAN/7/2003 “Bahwa pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan berdasarkan ketentuan perundang-undangan” Didalam Undang-Undang Pelayanan Publik No 25 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat 1 sebagai berikut : Pelayanan Publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga

Negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administrative yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Kualitas pelayanan mengacu pada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan. Suatu produk dihasilkan, baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik serta diproduksi (dihasilkan) dengan cara yang baik dan benar Kualitas selalu berfokus kepada pelanggan atau masyarakat, pelayanan yang diberikan harus mengacu pada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan. Suatu produk barang atau jasa dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan.⁵

Prosedur pelayanan izin reklame di Kota Palu ditangani oleh Dinas yang ditunjuk dalam Peraturan Walikota Kota Palu dalam hal ini Dinas Kebersihan dan Pertanaman melakukan pengaturan, pembinaan, pengawasan, pengendalian, pemasangan dan pemeliharaan terhadap reklame, Dinas Penataan Ruang dan

⁴ Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

⁵ Philipus M Hadjon, Pengantar Hukum Perizinan, Surabaya, 1993, Hal 3

Perumahan melakukan pengaturan terhadap izin IMB untuk reklame yang menggunakan konstruksi baja/besi dan Badan Pelayanan Perizinan⁶ Terpadu dalam hal pelaksanaan proses administrasi dimulai dari permohonan/perpanjangan, pemeriksaan berkas, penertiban dan penandatanganan Izin Penyelenggaraan Reklame, yang kemudian dikelola menjadi pajak Daerah. Pengelolaan yang dilakukan dapat dilihat dari unsur perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan. Unsur-unsur tersebut merupakan suatu kesatuan dimana saling terkait satu sama lain sehingga sebuah pembahasan tentang pengelolaan pajak reklame dengan sendirinya harus memasukkan ketiga aspek ini. Berikut deskripsi hasil dari penelitian yang telah dilakukan :

1. Perencanaan

Fungsi utama dari manajemen adalah perencanaan. Perencanaan merupakan langkah awal dari pelaksanaan suatu kegiatan begitupun dalam pengelolaan pajak reklame yang dilakukan oleh BP2T Kota Palu. Dimana perencanaan yang

dimaksudkan yakni sebagai proses mempersiapkan secara sistematis segala kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber-sumber yang ada supaya lebih efektif dan efisien.

Sebagai langkah awal dari pengelolaan maka kegiatan perencanaan sangat menentukan keberhasilan pengelolaan pajak reklame. Hal ini mudah dipahami karena kegiatan tersebut akan menjadi dasar dalam melakukan kegiatan selanjutnya. Perencanaan dalam pengelolaan pajak reklame yakni meliputi penentuan target dan mekanisme pemberian izin untuk pemasangan reklame. Berikut hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap perencanaan pajak reklame.

2. Penentuan Target

Perencanaan dalam pengelolaan pajak reklame di Kota Palu dilakukan dengan menentukan besarnya target yang ingin dicapai untuk satu tahun anggaran. Penentuan target pertahun dapat menjadi tolak ukur dalam menilai keberhasilan realisasi

⁶ Sianipar J. P. G, Manajemen Pelayanan Masyarakat, Rineka Cipta, Jakarta.1997, Hal 4

pemungutan pajak reklame dalam kurun waktu yang ditentukan.

Upaya Pemerintah Kota Palu dalam menentukan target pajak reklame yakni dengan mempertimbangkan potensi wilayah Kota Palu yang strategis untuk pemasangan reklame dan pasar yang potensial, selain itu juga berdasar pada pencapaian target tahun sebelumnya.

Hal ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Kepala BP2T Kota Palu Bapak Ichsan Hamsah, SH, M.Si terkait fungsi perencanaan, mengatakan bahwa :

“Perencanaan kami lakukan dengan menentukan target pajak reklame pertahun. Untuk menentukan target tersebut kami berdasar pada tahun-tahun sebelumnya, kalau misalnya tahun sebelumnya mencapai target maka tahun berikutnya target dinaikkan, namun kalau tahun sebelumnya tidak mencapai target maka target tahun berikutnya tidak

dinaikkan.”(Wawancara tanggal, 1 September 2015)⁷

Pernyataan lain diungkapkan oleh Kepala BP2T Kota Palu, selaku penanggung jawab Pajak Reklame, bahwa :

“Penentuan target juga memperhitungkan kondisi lokasi pemasangan reklame yang dikehendaki oleh BP2T.”
(Wawancara tanggal, 1 September 2015)

Adapun Mekanisme perencanaan dalam hal penentuan target sebagai berikut:

- a. Sebelum menetapkan target, maka langkah awal yang dilakukan ialah memantau spanduk di lokasi yang masih akan diperpanjang.
- b. Melihat hasil capaian dari penerimaan pajak sebelumnya.
- c. Melakukan pendataan ulang terhadap titik-titik lokasi pemasangan reklame yang masih kosong dan diizinkan oleh Badan Perizinan, karena tiap tahunnya ada perubahan lokasi disebabkan pembangunan yang baru.

⁷ Ichsan Hamsah, SH, M.Si. fungsi perencanaan. 1 September 2015

- d. Selain berpacu pada tahun sebelumnya, juga akan dibuat dengan pengolahan data, namun lebih cenderung pada patokan tahun sebelumnya.
- e. Setelah target telah ditetapkan maka akan disetujui oleh pihak-pihak yang berwenang.

Berikut disajikan data perubahan target pajak reklame beberapa tahun terakhir :

Tabel 3.1
Target Pajak Reklame Tahun 2011 – 2015

Tahun	Target
2010	40.000.000
2011	50.360.000
2012	80.000.000
2013	65.000.000
2014	65.000.000

Sumber : BP2T tahun, 2015

Berdasarkan penyajian data di atas, dilihat bahwa selama lima tahun berturut-turut target yang ditetapkan tidak mengalami adanya peningkatan yang signifikan. Hal ini menunjukkan masih kurangnya upaya pemerintah dalam meggenjot pemasukan daerah

dalam Pendapatan Asli daerah melalui pajak reklame

3.Pmberian Izin

Untuk pemberian izin maka sebuah reklame harus dengan standar yang ditentukan, yakni:

- a. Memenuhi standar etik yaitu tidak bertentangan dengan unsur SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antar Golongan) dan menjaga norma kesopanan;
- b. Standar estetis yaitu bentuk dan penampilannya memperhatikan aspek keindahan;
- c. Standar Teknis yaitu reklame yang dipasang memenuhi ketentuan standar kekuatan konstruksi;
- d. Standar fiskal yaitu reklame yang dipasang telah melunasi seluruh kewajiban perpajakan daerah;
- e. Standar administrasi yaitu reklame yang dipasang memenuhi persyaratan perijinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- f. Standar keselamatan yaitu reklame yang dipasang tidak mengganggu lalu lintas dan tidak membahayakan masyarakat disekitarnya.

Dari hasil pemantauan penulis dilapangan dalam hal pemasangan reklame berdasar pada standar di atas, masih kurang maksimal, di mana kenyataannya masih ada beberapa standar yang tidak diperhatikan dalam pemasangan reklame, padahal ini jelas telah diatur dalam Peraturan Walikota Palu Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame.

Adapun prosedur perizinan serta persyaratan pemasangan reklame berdasarkan Peraturan Walikota Palu Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame, yakni :

- a. Mengajukan permohonan tertulis kepada Walikota atau pejabat yang ditunjuk dengan melampirkan :

Izin Baru :

- Foto Copy Kartu Tanda Penduduk pemohon/ identitas diri yang sah;
- Surat kuasa apabila pengurusan perizinan dikuasakan kepada orang lain;
- Foto Copy Akte Pendirian perusahaan/TDP yang telah dilegalisir;

- Rekomendasi dari Dinas Kebersihan dan Pertanian⁸
- Foto Copy STNK dan sejenisnya (Reklame berjalan)

Perpanjangan :

- Foto Copy Kartu Tanda Penduduk pemohon/ identitas diri yang sah;
- Surat kuasa apabila pengurusan perizinan dikuasakan kepada orang lain
- Foto Copy SK Kepala Dinas tentang ijin penyelenggaraan reklame periode sebelumnya;
- Foto Copy STNK dan sejenisnya (Reklame berjalan);
- Foto lokasi pemasangan terakhir.

- b. Setiap Wajib Pajak atau kuasanya wajib melaporkan data subjek dan objek pajak (mengisi SPTPD);

⁸ Suhady. Idup, Kebijakan Pendayagunaan Aparatur Negara, LAN RI, Jakarta. 2000. Hal 21

- c. Mengisi Surat Pernyataan yang disediakan oleh Walikota atau pejabat yang ditunjuk (pernyataan bersedia bertanggung jawab atas segala resiko yang terjadi dalam penyelenggaraan reklame, menurunkan/ mencabut/ memindahkan/ melepas gambar atau reklame apabila izin dan jangka waktunya berakhir ataupun belum berakhir apabila pada lokasi tersebut akan digunakan untuk pembangunan oleh pemerintah dan pemerintah daerah.);
- d. Surat pernyataan kesediaan untuk melepaskan / mencabut gambar reklame bila masa berlaku izin telah berakhir (khusus untuk reklame berjalan);
- e. Foto/ Gambar situasi/ denah lokasi yang jelas posisi titiknya;
- f. Gambar Desain dan Contoh Naskah Reklame yang akan dipasang (khusus untuk reklame berjalan);
- g. Untuk pemasangan reklame di lokasi tanah persil wajib melampirkan surat persetujuan pemilik tanah dan diketahui oleh tetangga yang berbatasan langsung;
- h. Surat izin serah pakai tanah dari Pemerintah Kota Palu untuk tanah pemerintah, dan / atau menyerahkan akta bukti otentik yang menerangkan hubungan hukum antara pemohon dengan obyek tanah dalam hal pemohon bukan pemilik tanah dalam bentuk :
- Perjanjian Sewa Menyewa
 - Perjanjian Sewa Pakai
 - Perjanjian dalam bentuk lain
- i. Izin Titik Reklame
- Titik lokasi reklame pada lokasi umum/ khusus yang lebih diminati dari satu pemohon, pemanfaatannya dilakukan melalui proses lelang atau penunjukan/penetapan yang pelaksanaannya oleh Walikota atau pejabat lain yang ditunjuk.
- Berikut data terkait jumlah reklame yang diberi izin untuk dilakukan pemasangan Kota Palu :

**Tabel Jumlah Pemasangan Reklame
2011-2015**

No	Tahun	Banyak Reklame
1	2011	86
2	2012	91

3	2013	103
4	2014	93

Sumber : BP2T tahun 2015

Dari data yang disajikan di atas maka dapat dilihat bahwa sebagai wilayah perkotaan, pemasangan reklame ini di Kota Palu termasuk banyak melakukan pemasangan reklame, maka selanjutnya akan ditinjau mengenai keseimbangan antara pemasangan reklame tersebut dan jumlah pajak yang diterima.

4. Pelaksanaan

Tahapan pengelolaan setelah perencanaan yakni pelaksanaan dimana segala hal yang telah direncanakan direalisasikan atau memungut dana dari pajak reklame yang telah menjadi hak daerah dengan maksimal. Proses pelaksanaan pajak reklame terdiri dari beberapa kegiatan yakni pembagian tugas, penghitungan tarif pajak, pembayaran dan penagihan.

1. Pembagian Tugas

Untuk melakukan pengelolaan pajak reklame maka dibutuhkan adanya Sumber daya manusia serta sarana dan

prasarana yang mendukung. Sumber daya manusia terkait dengan pembagian tugas. Dalam organisasi pembagian tugas mutlak dilakukan agar tidak terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan pekerjaan. Agar tidak menimbulkan penumpukan pekerjaan pada satu titik dan kekosongan pada titik yang lain.

Adapun dari hasil wawancara yang dilakukan Sub Bidang Pelayanan Administrasi BP2T Kota Palu Bapak Bahar, S.Sos, M.Si sebagai penanggung jawab pajak reklame mengatakan bahwa :

“Memang dari kantor saya ditunjuk sebagai penanggung jawab penuh pajak reklame namun saat ini sudah ada peraturan mengenai kerja sama Pihak BP2T dan Dinas Kebersihan dan Pertanaman dalam hal penertiban reklame-reklame yang masih terpasang namun telah habis masa izinnya maka itu akan ditertibkan oleh Dinas Kebersihan dan Pertanaman sebagai Tim Penertib” (Wawancara tanggal, 7 September 2015)⁹

2. Penghitungan Tarif Pajak

⁹ Bahar, S.Sos, M.Si. *pengelolaan pajak reklame.*, 7 September 2015

Sebelum melakukan pemungutan pajak maka terlebih dahulu dilakukan penghitungan tarif. Kegiatan ini dilakukan oleh Pihak BP2T, sebagai mana hasil wawancara yang dilakukan Kepala Bidang Penetapan dan Penerbitan BP2T Ibu Rokhmiati, S.Sos, M.Si mengatakan bahwa :

“Tarif pajak reklame dihitung oleh kami dengan rumus yang telah ditetapkan dan setiap reklame berbeda-beda cara perhitungannya (Wawancara tanggal 10 September 2015)

Berikut ini penetapan nilai sewa pajak reklame sesuai dengan jenisnya (nilai kontrak), berdasarkan Peraturan Walikota Palu Nomor 8 Tahun 2012 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame :

3. Pembayaran dan Penagihan

Kegiatan selanjutnya dari pelaksanaan adalah pembayaran. Kepala Sub Bidang Penetapan Bapak Yansen Christianus, SE, MM mengemukakan bahwa :

“Setelah dilakukan penghitungan maka wajib pajak datang ke kantor untuk membayar

pajak reklame yang mereka pasang” (Wawancara tanggal 10 September 2015)

Dengan adanya tanggapan seperti itu menunjukkan bahwa ada kemungkinan hal tersebut merupakan salah satu faktor penyebab dari tidak tercapainya target pajak reklame beberapa tahun terakhir. Hal tersebut harus ditindak lanjuti segera mungkin sehingga tidak berlarut-larut seperti itu terus. Namun penulis berkesimpulan bahwa pada dasarnya pihak BP2T kurang tegas dalam melakukan pemungutan ataupun penagihan kepada pihak terkait. Baliho pilkada memang tidak memiliki unsur komersial namun baliho tersebut menarik perhatian umum untuk memperkenalkan orang/pasangan caleg yang ditempatkan atau dapat dilihat oleh umum, sebagaimana dalam pengertian reklame seperti itu. Bukan hanya dari pengertian namun juga telah ditetapkan dalam UU No. 28 Tahun 2009 dan juga Peraturan Walikota Palu Nomor 8 Tahun 2012 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame yang ada di Kota Palu bahwa baliho pilkada tersebut sama statusnya dengan reklame yang berunsur komersial

yakni wajib membayar wajib pajaknya. Padahal telah diatur dalam Peraturan Walikota Palu Nomor 8 Tahun 2012 mengenai Pembayaran dan Penagihan pajak reklame,

- 1) Pajak yang terutang berdasarkan SKPD, SKPDKB, SKPDKBT, STPD, Surat Keputusan Pembetulan, Surat Keputusan Keberatan, dan Putusan Banding yang tidak atau kurang dibayar oleh Wajib Pajak pada waktunya ditagih dengan Surat Paksa.
- 2) Penagihan pajak dengan Surat Paksa dilaksanakan berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Dalam Peraturan tersebut juga disebutkan bahwa :

- 1) Bupati atau Pejabat yang ditunjuk menentukan tanggal jatuh tempo pembayaran dan penyetoran pajak yang terutang paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja setelah saat terutangnya pajak.
- 2) \SKPD, SKPDKB, SKPDKBT, STPD, Surat Keputusan Pembetulan, Surat Keputusan Keberatan, dan Putusan Banding, yang menyebabkan jumlah pajak yang harus dibayar bertambah

merupakan dasar penagihan pajak dan harus dilunasi dalam jangka waktu paling lama 1 (satu) bulan sejak tanggal diterbitkan.

A. Pengawasan Pajak Reklame di Kota Palu

Pengawasan merupakan fungsi organik dari manajemen, yang saling terkait dengan perencanaan. Pengawasan dilakukan untuk dapat mengevaluasi dari hasil pelaksanaan pekerjaan diperoleh secara berdaya guna (efisien) dan berhasil guna (efektif) sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan adanya pengawasan maka dapat meminimalisir adanya kemungkinan penyalagunaan atau menghindari penyimpangan yang terjadi. Adapun jenis pengawasan yang dilakukan dalam pengelolaan pajak reklame oleh BP2T Kota Palu yaitu pengawasan secara langsung dan pengawasan tidak langsung.

Proses pengawasan yang dilakukan ialah melakukan pemantauan di lapangan dan menyesuaikan dengan data yang telah diperoleh, kemudian jika terjadi adanya penyimpangan maka telah di atur dalam Peraturan Pajak reklame mengenai

pengendalian dan pengawasan pajak reklame dinyatakan bahwa Tim Penertiban Pajak dan Retribusi Daerah yang telah dibentuk berwenang melakukan penutupan dan/atau pembongkaran terhadap jenis-jenis pemasangan reklame sebagai berikut :

- a. Pemasangan reklame yang sudah berakhir masa berlakunya dan tidak diajukan perpanjangan ijin;
- b. Pemasangan reklame yang tidak memiliki ijin;
- c. Pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan ijin yang diberikan;
- d. Pemasangan reklame yang melanggar dan telah melalui mekanisme yang telah ditetapkan.

Kemudian untuk jenis reklame tetap yang sudah berakhir tetapi tidak diajukan perpanjangan ijin dalam jangka waktu paling lambat 10 (sepuluh) hari kerja setelah berakhir masa berlakunya ijin tidak dibongkar oleh Orang pribadi atau badan yang mengadakan/menyelenggarakan reklame, maka Tim penertiban Pajak dan retribusi daerah berwenang membongkar reklame yang bersangkutan Adapun terkait masalah sanksi administrasi bagi yang melakukan pelanggaran yaitu :

1. Kekurangan pajak yang terutang pada STPD dalam tahun pajak berjalan tidak atau kurang dibayar dikenakan sanksi bunga sebesar 2 % (dua persen) setiap bulan paling lama 15 (lima belas) bulan sejak saat terutangnya pajak.
2. SKPD yang tidak atau kurang dibayar setelah jatuh tempo pembayaran dikenakan sanksi administratif berupa bunga sebesar 2% (dua persen) sebulan dan ditagih melalui STPD.
3. Denda tersebut merupakan penerimaan Negara.

III. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Prosedur Izin Reklame di Kota Palu yang dilakukan oleh Badan Pelayanan Perizinan Terpadu sudah akuntabel dalam memberikan pelayanan. Hal ini berdasarkan bahwa Acuan pelayanan yang berorientasi sepenuhnya kepada pengguna jasa.
- b. Pengawasan Pajak Reklame oleh BP2T Kota Palu sudah cukup baik.

Akan tetapi penegakan yang hanya berupa penurunan papan reklame menjadi kendala yang dihadapi oleh BP2T. Sehingga masih ada pelanggaran-pelanggaran selanjutnya yang dilakukan oleh oknum yang memasang reklame tanpa izin.

2. Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, dengan melihat prospek ke depan, maka penulis dapat mengemukakan saran yang kemudian dijadikan sebagai bahan rekomendasi, yaitu Pemerintah dalam hal ini Kota Palu harus membuat atau merevisi Perda tentang sanksi hukum pada bagi orang atau perusahaan yang menggunakan jasa Reklame tetapi tidak mempunyai izin atau bahkan melanggar izin yang telah dikeluarkan oleh BP2T tentang reklame.

DAFTAR PUSTAKA

I. BUKU

Brotodiharjo. Pengantar Ilmu Hukum Pajak. Erlangga, Jakarta 1991.

Elmi, Bachrul. Keuangan Pemerintah Daerah Otonom di Indonesia. Universitas Indonesia. 2002.

Marsiasmo. Otonomi Dan Manajemen Keuangan Daerah. Yogyakarta. Andi Yogyakarta. 2004.

Philipus M Hadjon, Pengantar Hukum Perizinan, Surabaya, 1993.

Suhady. Idup, Kebijakan Pendayagunaan Aparatur Negara, LAN RI, Jakarta. 2000.

Sianipar J. P. G, Manajemen Pelayanan Masyarakat, Rineka Cipta, Jakarta. 1997.

II. PERUNDANG-UNDANGAN

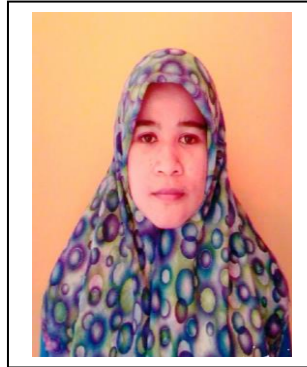
Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara RI Tahun 2012 Nomor 215, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5357)

III. WAWANCARA

Bahar, S.Sos, M.Si. Pengelolaan Pajak Reklame. , 7 September 2015

Ichsan Hamsah, SH, M.Si. Fungsi Perencanaan. 1 September 2015

BIODATA PENULIS



Nama : Novianti
Tempat Tanggal Lahir : ketong 20 November 1987
Alamat Rumah : JLN. Ahmad Yani
Alamat *E-mail* :
Nomor Telp/HP : 082293958753

