

**EFEKTIVITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME  
DI KOTA TANGERANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Konsentrasi Manajemen Publik  
Program Studi Ilmu Administrasi Negara



Oleh:

**AGUSTIAN LUKMAN HAKIM**

**NIM. 6661080372**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA SERANG  
2013**

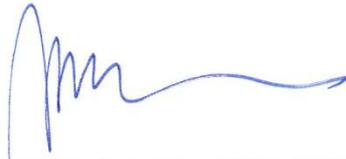
## LEMBAR PERSETUJUAN

**Nama** : AGUSTIAN LUKMAN HAKIM  
**NIM** : 6661080372  
**Judul** : EFEKTIVITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI  
KOTA TANGERANG

Serang, 30 September 2013  
Skripsi ini Telah Disetujui untuk Diujikan

Menyetujui,

Pembimbing I,



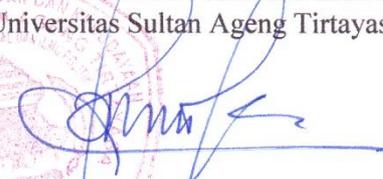
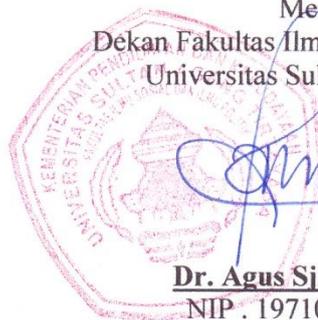
**Gandung Ismanto, S.Sos, M.M**  
NIP.197408072005011001

Pembimbing II,



**Yeni Widyastuti, S.Sos, M.M**  
NIP. 197602102005012003

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



**Dr. Agus Sjafari, S.Sos, M.Si**  
NIP . 197108242005011002

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**NAMA : AGUSTIAN LUKMAN HAKIM**  
**NIM : 6661080372**  
**JUDUL SKRIPSI : EFEKTIVITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG**

Telah diuji di hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Serang, tanggal 10 bulan 10 tahun 2013 dan dinyatakan LULUS.

Serang, November 2013

Ketua Penguji:

**Arenawati, S.Sos., M.Si**  
**NIP.197004102006042001**



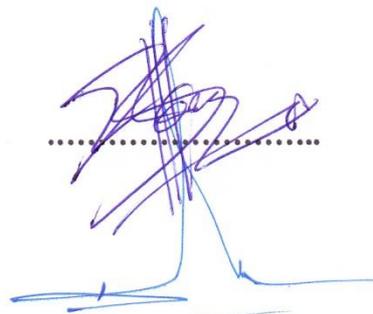
Anggota:

**Yeni Widayastuti, S.Sos., M.Si**  
**NIP. 197602102005012003**



Anggota:

**Dr. Dirlanudin, M.Si**  
**NIP.196103091987031001**



Dekan FISIP Untirta

**Dr. Agus Sjaafari, M.Si**  
**NIP.197108242005011002**



Mengetahui,

Ketua Program Studi

**Rina Yulianti, S.IP, M.Si**  
**NIP. 197407052006042011**



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AGUSTIAN LUKMAN HAKIM  
NIM : 6661080372  
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 21 Agustus 1990  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “EFEKTIVITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar sarjana saya bisa dicabut.

Tangerang, November 2013



AGUSTIAN LUKMAN HAKIM

*Bismillahirrohmannirrohiim...*

*Asyhadu Allaa Ilaha Illallaah...*

*Asyhadu Anna Muhammadan Rasuulullaah...*

*Alhamdulillahilahi Rabbilalamiin..*

*"Orang Tua dan Allah SWT"  
-Agustian Lukman Hakim-*

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Orang tuaku

U'r my everything

## **ABSTRAK**

**Agustian Lukman Hakim. NIM: 6661080372. Skripsi 2013. Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang. Program Studi Ilmu Administrasi Negara. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Pembimbing I, Gandung Ismanto, S.Sos, MM. Pembimbing II, Yeni Widyastuti, S.Sos, M.Si.**

Kata kunci: Efektivitas, Pajak, Pengawasan, Reklame

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya beberapa permasalahan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang. Diantaranya masih rendahnya sosialisasi yang dilakukan, masih banyaknya wajib pajak reklame yang melanggar aturan, kurang tegasnya sanksi hukum dan terbatasnya sarana dan prasarana penunjang pengawasan. Teori yang digunakan adalah karakteristik pengawasan yang efektif menurut Handoko (2003:373) dengan indikator : 1. Akurat; 2. Tepat waktu; 3. Obyektif dan menyeluruh; 4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik; 5. Realistik secara ekonomis; 6. Realistik secara organisasional ; 7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi; 8. Fleksibel; 9. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional; 10. Diterima para anggota organisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam hal ini terdapat tiga indikator yang dinyatakan tidak efektif, diantaranya adalah yang pertama, obyektif dan menyeluruh. Kedua, terpusat pada titik-titik pengawasan strategik. Ketiga, realistik secara organisasional. Saran dari peneliti adalah meningkatkan intensitas pengawasan ditahun yang akan datang, meningkatkan intensitas sosialisasi, memperluas daerah pengawasan, menambah kelengkapan sarana dan prasarana, meningkatkan koordinasi antar SKPD dan menerapkan sanksi yang tegas kepada wajib pajak.

## **ABSTRACT**

***Agustian Lukman Hakim. NIM: 6661080372. Thesis 2013. The Effectiveness of The Advertisement's Tax Supervision in Tangerang. Public Administration Department. Faculty of Socials and Politics. Sultan Ageng Tirtayasa University. 1<sup>st</sup> Advisor, Gandung Ismanto, S.Sos, MM. 2<sup>nd</sup> Advisor, Yeni Widyastuti, S.Sos, M.Si.***

*Key words : Advertisement, Effectiveness, Supervision, Tax,*

*The research was carried out in respond of some problems of the supervision tax of advertisement in Tangerang. The problems are lack of socialization, there was still a large number of the billboard taxpayers who violated the rules, and there was powerless legal sanctions and limited facilities and infrastructures for monitoring. The theory of this research used Handoko (2003 : 373). With the indicators: 1. Accurate; 2. Timely; 3. Objective and comprehensive; 4. centered at points of strategic oversight; 5. Economically realistic; 6. Organizationally realistic; 7. Coordinated with the organization's work flow; 8. Flexible; 9. Indicative and operational; 10. Received the members of the organization. The methods used in this research is descriptive qualitative approach. In this study, there are tree indicators which were found ineffectively. The first is objective and thoroughly. Second, it centralized on strategic supervision points. The third is the realistic organizational basic. The recommendation on from this research are to increase the intensity of supervising in the coming year, to increase the intensity of socialization, to expand the area of control, to enhance the quantities of facilities and infrastructures, to improve the coordination among the units of the device work area and to apply restricted sanctions among the taxpayers.*

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan kehendak-Nya lah skripsi dengan judul Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang selalu membantu perjuangan beliau dalam menegakkan Dinullah dibumi ini.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Negara Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dalam pembuatan Skripsi ini peneliti bertujuan agar mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat mengetahui lebih banyak tentang pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Oleh karena itu Dengan tersusunnya Skripsi ini saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat., M.pd., Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

2. Bapak Dr. Agus Sjafari M,Si Dekan FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Bapak Kandung Sapto Nugroho, S.Sos., M.Si., Wakil Dekan I FISIP Universitas sultan Ageng Tirtayasa.
4. Ibu Mia Dwianna. W, M.ikom., Wakil Dekan II Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
5. Bapak Gandung Ismanto, S.Sos., MM., Wakil Dekan III Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sekaligus Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi. Terimakasih atas motivasi dan bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
6. Ibu Rina Yulianti, S.IP., M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Negara FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
7. Bapak Anis Fuad, S.Sos., Sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Negara FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
8. Ibu Yeni Widyastuti, S.Sos., M.Si., Dosen Pembimbing II dalam penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas motivasi dan bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
9. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Prodi Ilmu Administrasi Negara FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang telah memberikan arahan dan ilmu selama proses perkuliahan.
10. Kedua Orangtuaku yang tak henti memberikan semangat dan doa serta dukungan baik moril dan materil.

11. Sahabatku Ahmad Fauzan, Budi Setiawan terimakasih atas semangat dan menjadi motivasi bagi penulis.
12. Teman-temanku Tiwi Rizkiyani, Yulia Wahyuningtyas, Yudi Rinanto, Riko Sandy, yang telah banyak memberikan semangat dan bantuannya selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
13. Kawan-kawan Angkatan 2008 Administrasi Negara FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, terimakasih telah menemani untuk berjuang bersama.

Kesempurnaan adalah milik Allah SWT, berbekal dari pernyataan tersebut peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak. Akhir kata peneliti ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Serang, Oktober 2013

Peneliti

## DAFTAR ISI

Halaman

**HALAMAN JUDUL**

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR..... i**

**DAFTAR ISI..... iv**

**DAFTAR TABEL ..... vii**

**DAFTAR GAMBAR..... viii**

**DAFTAR LAMPIRAN ..... ix**

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah ..... 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Fokus Penelitian ..... 13

1.2.1 Identifikasi Masalah ..... 13

1.2.2 Fokus Penelitian ..... 14

1.3 Rumusan Masalah..... 15

1.4 Tujuan Penelitian ..... 15

1.5 Manfaat Penelitian ..... 15

1.6 Sistematika Penulisan ..... 16

## **BAB II DESKRIPSI TEORI DAN ASUMSI DASAR PENELITIAN**

2.1 Deskripsi Teori.....	21
2.1.1 Teori Efektifitas .....	21
2.1.2 Teori Pengawasan .....	24
2.1.2.2 Tujuan Pengawasan.....	29
2.1.3 Pajak.....	32
2.1.3.1 Pajak Daerah.....	34
2.1.3.2 Pajak Reklame .....	37
2.2 Kerangka Berpikir.....	40
2.3 Asumsi Dasar Penelitian .....	44

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian .....	45
3.2 Instrumen Penelitian .....	46
3.3 Informan Penelitian.....	50
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	52
3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data .....	54
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	56

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	58
4.1.1 Deskripsi Kota Tangerang .....	58
4.1.2 Deskripsi Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang .....	60

4.2 Deskripsi Data ..... 66

4.3 Pembahasan ..... 67

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan ..... 122

5.2 Saran ..... 125

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Realisasi Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Tangerang .....	5
Tabel 1.2 Tarif Dasar Pajak Reklame di Kota Tangerang .....	7
Tabel 1.3 Target dan Realisasi Pendapatan Pajak Reklame di Kota Tangerang Tahun 2009-2011 .....	8
Tabel 1.4 Data Reklame Ilegal Tahun 2010-2013 .....	10
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	51
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Koposisi Pegawai DPKAD Kota Tangerang berdasarkan Pangkat/Golongan .....	62
Tabel 4.2 Komposisi Pegawai DPKAD Kota Tangerang berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	63
Tabel 4.3 Rekapitulasi Data Pemasangan Reklame Tanpa Ijin Di Kota Tangerang Per Agustus 2013 .....	76
Tabel 4.4 Tarif Dasar Pajak Reklame di Kota Tangerang .....	96
Tabel 4.5 Temuan Penelitian .....	118

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tipe-Tipe Pengawasan .....	26
Gambar 2.2 Tujuan Pengawasan .....	29
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Penelitian .....	43
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data ( <i>Interactive Model</i> ) .....	53
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kota Tangerang .....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara Penelitian
- Lampiran 2 Dokumentasi
- Lampiran 3 Catatan Lapangan
- Lampiran 4 Matriks Hasil Wawancara Sebelum Reduksi Data
- Lampiran 5 Matriks Hasil Wawancara Sesudah Reduksi Data
- Lampiran 6 Member Check
- Lampiran 7 Peraturan Daerah No 7 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah
- Lampiran 8 Surat Penelitian Kesbanglinmas Provinsi dan Kota
- Lampiran 9 Acc Sidang Buku Bimbingan Dosen Pembimbing

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah yang kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008, Indonesia menganut asas desentralisasi, dimana dalam penyelenggaraan pemerintahannya memberikan kesempatan dan keleluasaan kepada daerah untuk menyelenggarakan otonomi daerah. Sebelum lahirnya Undang-Undang tentang Pemerintahan Daerah, otonomi daerah sebenarnya telah diamanatkan dalam Pasal 18 Undang-Undang Dasar 1945, bahwa pembagian daerah Indonesia atas daerah besar dan kecil dengan bentuk susunan dan pemerintahannya ditetapkan dengan Undang-Undang yang memandang dan mengingat dasar permusyawaratan dalam sistem pemerintahan negara dan hak-hak asal-usul dalam daerah-daerah yang bersifat istimewa. Dengan demikian, daerah Indonesia akan dibagi ke dalam daerah propinsi, dan daerah propinsi akan dibagi ke dalam daerah yang lebih kecil, diantaranya daerah kabupaten dan kota. Selanjutnya daerah kabupaten dan kota akan dibagi lagi ke dalam daerah yang lebih kecil.

Kewenangan daerah dalam mengatur dan mengurus sendiri daerahnya, termasuk mengelola sumber daya - sumber daya daerah membutuhkan kemampuan keuangan daerah. Keuangan daerah merupakan faktor yang

sangat menentukan dalam pelaksanaan otonomi daerah. Daerah harus memiliki sumber-sumber keuangan sendiri yang cukup untuk dapat melaksanakan pembangunan dan mengurus daerahnya sendiri. Dalam hal ini, daerah harus memiliki kemampuan dalam pengelolaan penerimaan pendapatan daerah. Daerah memiliki kewenangan untuk menggali sumber keuangan secara mandiri, mengelola dan menggunakannya dalam membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, sumber pendapatan daerah terdiri atas pendapatan asli daerah yang selanjutnya disebut PAD, yaitu hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah. Selain PAD, dana perimbangan dan lain-lain pendapatan daerah yang sah. Pendapatan asli daerah (PAD) diharapkan dan diupayakan sebagai sumber utama dalam membiayai penyelenggaraan pemerintahan daerah, dimana peningkatan penerimaan diupayakan berasal dari daerah sendiri.

Pajak dan retribusi daerah merupakan komponen utama pendapatan asli daerah (PAD). Agar pemerintah daerah dapat melaksanakan otonomi daerahnya sesuai dengan Undang-undang Nomor 32 tahun 2004 tentang pemerintahan daerah, maka daerah harus memiliki kewenangan dan kemampuan untuk menggali, mengelola dan menggunakan keuangan sendiri yang cukup memadai untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah daerahnya. Ketergantungan dari pusat harus diminimalisasi sehingga

pendapatan asli daerah, khususnya pajak dan retribusi daerah harus menjadi sumber keuangan terbesar yang didukung oleh kebijakan perimbangan keuangan pusat dan daerah.

Pajak memiliki peran yang sangat penting dalam membiayai pemerintahan daerah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah tingkat II, dalam hal ini pajak daerah bagi kabupaten atau kota ditetapkan sebanyak tujuh jenis, salah satunya adalah pajak reklame.

Pajak reklame adalah pajak yang dipungut oleh daerah atas penyelenggaraan reklame berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah melalui benda, alat, perbuatan atau media dengan tujuan komersial dengan memperkenalkan atau menarik perhatian orang terhadap suatu barang atau jasa. Pajak reklame memiliki peranan penting terhadap pendapatan asli daerah karena merupakan salah satu sumber penerimaan daerah yang berasal dari pajak.

Pemerintah Kota Tangerang merupakan daerah otonom yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1993 yang ditetapkan pada tanggal 28 Februari 1993. Dalam melaksanakan pemerintahannya, maka dibentuk Susunan Organisasi Lembaga Teknis Daerah (SOTK) berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2008, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2008 tentang Pembentukan dan Susunan Organisasi Lembaga Teknis Daerah. Berdasarkan Perda tersebut, maka kedudukan Dinas

Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang adalah dinas yang merupakan unsur pendukung pemerintah daerah yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas dan berada di bawah serta bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah, memiliki peran sesuai karakteristik yaitu lebih kepada bersifat bagaimana pengelolaan penyusunan formulasi kekayaan dan juga aset daerah. Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Tangerang bertanggungjawab terhadap segala segi aktivitas pelayanan pendapatan, termasuk di dalamnya mengenai pajak sebagai sumber pendapatan asli daerah. Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dalam era otonomi daerah dituntut untuk meningkatkan kinerja serta pengawasannya pada pemerintahan daerah dalam hal pelayanan terkait keuangan dan aset daerah.

*Penerimaan daerah dari sektor pajak dilakukan untuk membangun sarana dan prasarana kepentingan umum. Dengan kata lain, pendapatan daerah dari sektor pajak sebagai mesin penggerak kehidupan ekonomi masyarakat yang merupakan sarana nyata bagi pemerintahan untuk menyediakan berbagai sarana dan prasarana ekonomi dan sarana kepentingan umum lainnya yang diperuntukan kesejahteraan masyarakat.*

*Dengan memperhatikan perkembangan masyarakat, diperkirakan bahwa di masa akan datang banyak retribusi atau pajak yang berkaitan dengan kehidupan dan promosi tentang produk-produk yang menunjang kehidupan dan lingkungannya.*

**Table 1.1****REALISASI PENDAPATAN DAN BELANJA DAERAH KOTA TANGERANG TAHUN 2010 - 2012**

<i>Tahun</i>	<i>Kodrek</i>	<i>Uraian</i>	<i>Target</i>	<i>Realisasi</i>	<i>Persentase (%)</i>	<i>Keterangan</i>
	<b>4</b>	<b>Pendapatan</b>	<b>Rp</b> <b>1.329.078.065.813,50</b>	<b>Rp</b> <b>1.355.716.617.175,00</b>	<b>102,004</b>	<b>Tercapai</b>
	<b>4.1</b>	<b>Pendapatan Asli Daerah</b>	<b>Rp</b> <b>188.406.038.570,50</b>	<b>Rp</b> <b>247.429.944.546,00</b>	<b>131,328</b>	<b>Tercapai</b>
	<b>4.1.1</b>	<b>Pajak Daerah</b>	<b>Rp</b> <b>145.693.343.930,50</b>	<b>Rp</b> <b>159.764.134.972,00</b>	<b>109,658</b>	<b>Tercapai</b>
	4.1.1.01	Pajak Hotel	Rp 14.074.136.024,86	Rp 14.930.644.869,00	106,086	Tercapai
	4.1.1.02	Pajak Restoran	Rp 33.072.368.258,35	Rp 46.755.157.759,00	141,372	Tercapai
2010	4.1.1.03	Pajak Hiburan	Rp 2.433.162.324,18	Rp 2.825.504.440,00	116,125	Tercapai
	4.1.1.04	Pajak Reklame	Rp 16.461.895.062,07	Rp 16.240.810.965,00	98,657	Tidak Tercapai
	4.1.1.05	Pajak Penerangan Jalan Umum	Rp 66.194.456.066,10	Rp 64.588.013.404,00	97,573	Tidak Tercapai
		1. PLN	Rp 66.191.553.026,10	Rp 64.287.445.560,00		
		2. Non PLN	Rp 2.903.040,00	Rp 300.567.844,00		
	4.1.1.07	Pajak Parkir Swasta	Rp 13.457.326.194,94	Rp 14.424.033.535,00	107,183	Tercapai

	<b>4</b>	<b>Pendapatan</b>	<b>Rp</b> <b>1.710.644.326.544,22</b>	<b>Rp</b> <b>1.857.355.895.589,00</b>	<b>108,576</b>	<b>Tercapai</b>
	<b>4.1</b>	<b>Pendapatan Asli Daerah</b>	<b>Rp</b> <b>380.071.981.676,26</b>	<b>Rp</b> <b>517.092.047.485,00</b>	<b>136.051</b>	<b>Tercapai</b>
	<b>4.1.1</b>	<b>Pajak Daerah</b>	<b>Rp</b> <b>328.273.033.231,28</b>	<b>Rp</b> <b>418.529.433.615,92</b>	<b>127,494</b>	<b>Tercapai</b>
	4.1.1.01	Pajak Hotel	Rp 18.089.481.839,93	Rp 20.025.182.710,00	110,701	Tercapai
	4.1.1.02	Pajak Restoran	Rp 77.886.022.553,10	Rp 89.889.646.197,00	115,412	Tercapai
2011	4.1.1.03	Pajak Hiburan	Rp 3.852.696.132,83	Rp 4.422.498.720,00	114,790	Tercapai
	4.1.1.04	Pajak Reklame	Rp 12.442.622.724,90	Rp 15.412.753.562,00	123,871	Tercapai
	4.1.1.05	Pajak Penerangan Jalan Umum	Rp 76.065.695.428,95	Rp 86.865.125.450,00	114,198	Tercapai
	4.1.1.07	Pajak Parkir	Rp 17.500.754.920,05	Rp 20.040.174.613,00	114,510	Tercapai
	4.1.1.08	Pajak Air Tanah	Rp 4.779.717.498,52	Rp 5.379.957.844,00	112,558	Tercapai
	4.1.1.09	Pajak Sarang Burung Walet	Rp	- Rp	0,000	-

<i>Tahun</i>	<i>Kodrek</i>	<i>Uraian</i>	<i>Target</i>	<i>Realisasi</i>	<i>Persentase (%)</i>	<i>Keterangan</i>
2012	<b>4</b>	<b>Pendapatan</b>	<b>Rp 2.003.183.730.952,41</b>	<b>Rp 2.211.862.181.944,00</b>	<b>110,447</b>	<b>Tercapai</b>
	<b>4.1</b>	<b>Pendapatan Asli Daerah</b>	<b>Rp 461.383.233.872,66</b>	<b>Rp 654.467.710.113,00</b>	<b>141,849</b>	<b>Tercapai</b>
	<b>4.1.1</b>	<b>Pajak Daerah</b>	<b>Rp 393.000.000.000,00</b>	<b>Rp 516.407.147.411,00</b>	<b>131,401</b>	<b>Tercapai</b>
	4.1.1.01	Pajak Hotel	Rp 18.250.000.000,00	Rp 21.346.753.972,00	116,969	Tercapai
	4.1.1.02	Pajak Restoran	Rp 92.500.000.000,00	Rp 115.011.565.626,00	124,337	Tercapai
	4.1.1.03	Pajak Hiburan	Rp 5.000.000.000,00	Rp 9.521.691.810,00	190,434	Tercapai
	4.1.1.04	Pajak Reklame	Rp 15.750.000.000,00	Rp 18.046.345.158,00	114,580	Tercapai
	4.1.1.05	Pajak Penerangan Jalan Umum	Rp 87.500.000.000,00	Rp 98.141.517.688,00	112,162	Tercapai
	4.1.1.07	Pajak Parkir	Rp 19.000.000.000,00	Rp 22.369.399.860,00	117,734	Tercapai
	4.1.1.08	Pajak Air Tanah	Rp 5.000.000.000,00	Rp 5.645.072.425,00	112,901	Tercapai
	4.1.1.10	Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan	Rp 150.000.000.000,00	Rp 226.324.800.872,00	150,883	Tercapai

Sumber DPKAD Kota Tangerang, 2012.

Berdasarkan table 1.1 diatas *penerimaan atau pendapatan pemerintah Kota Tangerang dari sektor pajak dari tahun ke tahun selalu meningkat. Dimana pada tahun 2010 target pendapatan pemerintah daerah dari sektor pajak sekitar Rp 1.329.078.065.813,50 dan realisasinya adalah Rp 1.355.716.617.175,00 Atau sebesar 102,004 %. Sementara pada tahun 2011 memiliki target Rp 1.710.644.326.544,22 dan realisasinya adalah Rp 1.857.355.895.589,00 atau sebesar 108,576 %. Sedangkan pada tahun 2012 targetnya adalah Rp 2.003.183.730.952,41 sementara realisasinya Rp 2.211.862.181.944,00 atau sebesar 110,417 %.*

Pajak reklame Kota Tangerang terhimpun masuk kedalam kas daerah Pemerintah Kota Tangerang. Salah satu penyumbang terbesar dari pajak reklame adalah papan iklan (*billboard*). Berikut tabel 1.2 yang merupakan tarif dasar pajak reklame di Kota Tangerang:

**Tabel 1.2  
Tarif Dasar Pajak Reklame di Kota Tangerang**

N O	Jenis Reklame	Kaw Banda ra/Tol	Arteri Primer	Arteri Sekunde r	Lingk (Indor) Kec Bandar a	Tarif	Masa
1	Billboard/J PO/Bando	550.00 0	500.00 0	450.000	400.00 0		M <sup>2</sup> /Tahun
2	Billboard	400.00 0	350.00 0	300.000	250.00 0		M <sup>2</sup> /Tahun

<b>3</b>	Papan Nama	150.00 0	100.00 0	95.000	90.000	M <sup>2</sup> /Tahun
	Papan Merk					M <sup>2</sup> /Tahun
<b>4</b>	Neon Sign	275.00 0	250.00 0	225.000	200.00 0	
	Neon Box					
	Tin Plate					
<b>5</b>	Megatron/Videotron				5.000.00 0	M <sup>2</sup> /Tahun
<b>6</b>	Baliho/Banner				35.000	M <sup>2</sup> /Minggu
<b>7</b>	Spanduk/Umbul-umbul				12.000	M <sup>2</sup> /Minggu
<b>8</b>	Selebaran/Pamflet				23.750	Per-mil
<b>9</b>	Kendaraan				85.000	M <sup>2</sup> /Tahun
<b>10</b>	Balon Udara				700.000	Sat/Minggu
<b>11</b>	Reklame Suara (Kendaraan Reklame)				125.000	1 x Penyelenggaraan
<b>12</b>	Slide Film				18.750	1 x Tayang
<b>13</b>	Peragaan				23.750	1 x Peragaan

---

Sumber : DPKAD Kota Tangerang, 2012.

Pendapatan pajak reklame Kota Tangerang cenderung mengalami peningkatan pada tahun 2010-2012, meskipun dibawah target yang telah ditentukan. Berikut tabel 1.3 yang menunjukkan target dan realisasi pendapatan pajak reklame Kota Tangerang tahun 2010-2012:

**Tabel 1.3**  
**Target dan Realisasi Pendapatan Pajak Reklame di Kota Tangerang**  
**Tahun 2009-2012**

Tahun	Target	Realisasi	Persentase	Keterangan
2010	Rp 16.461.895.062	Rp 16.240.810.965	98,657 %	Tidak Tercapai
2011	Rp 12.442.622.724	Rp 15.412.753.562	123,871 %	Tercapai
2012	Rp 15.750.000.000	Rp 18.046.345.158	114,580 %	Tercapai

Sumber : DPKAD Kota Tangerang, 2012.

Berdasarkan tabel 1.3 tersebut, pendapatan pajak reklame tahun 2010 tidak mencapai target yang telah ditentukan, dimana realisasi tahun 2010 hanya Rp 16.240.810.965,00 dari target Rp Rp 16.461.895.062,00 atau sebesar 98,657%. Sedangkan, pendapatan pajak reklame tahun 2011 dan 2012 mencapai target, dimana realisasi tahun 2011 mencapai Rp 15.412.753.562,00 dari target Rp 12.442.622.724,00 atau sebesar 123,871%. Sementara realisasi tahun 2012 mencapai 18.046.345.158 atau sebesar 114,580 %.

Pemerintah Kota Tangerang dituntut untuk bisa mengantisipasi, melakukan pengawasan lebih ketat terhadap pemasangan reklame oleh wajib pajak. Supaya pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan wajib pajak terkait pemasangan reklame ilegal bisa di minimalisir. Pengawasan Pemerintah Kota Tangerang terhadap pemasangan reklame dinilai masih belum efektif. Sehingga masih banyak pelanggaran-pelanggaran yang terjadi terhadap

reklame di Kota Tangerang hingga saat ini. Pengawasan terhadap reklame di Kota Tangerang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang pada bidang pendapatan. Dan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Berikut ini adalah beberapa jenis pelanggaran terhadap reklame yang ada di Kota Tangerang yang jatuh tempo pada tahun 2012 :

**Tabel 1.4****Pelanggaran Jenis Reklame Yang Jatuh Tempo Tahun 2012**

No	Tgl SKPD	Tahun Pajak	Jatuh Tempo	Nama Wajib Pajak	Jenis	Masa	Pajak
1.	27-Aug-12	2011	10-Sep-12	CV PANCA KARYA	PM / BB	11-Jul-11 s/d 10-Jul-12	2.625.000
2.	19-Dec-12	2012	27-Dec-12	CV. DIFA PRATAMA	PM / BB	28-Dec-12 s/d 27-Des-13	12.318.000
3.	10-Dec-12	2012	14-Dec-12	CV. EAGLE	PM / BB	15-Dec-12 s/d 14-Des-13	1.080.000
4.	20-Mar-13	2012	1-Apr-13	CV. PELANGI	PM / BB	02-Nop-12 s/d 01-Nop-13	17.500.000
5.	12-Oct-12	2012	3-Nov-12	CV. PETRO LANCAR SAKTI	PM / BB	04-Nop-12 s/d 03-Nop-13	3.587.625

<b>6.</b>	9-Oct-12	2012	15-Oct-12	CV. PURINUSA MEDIA CORPORATION	PM / BB	16-Okt-12 s/d 15-Okt-13	1.250.000
<b>7.</b>	20-Jul-12	2012	26-Jul-12	CV. SEROJA PRINTING	PM / BB	27-Jul-12 s/d 26-Jul-13	33.033.000
<b>8.</b>	21-Feb-13	2011	9-Mar-13	CV.DWI PUTERA TANABADI	PM / BB	10-Des-11 s/d 09-Des-12	675.000
<b>9.</b>	20-Sep-12	2012	26-Sep-12	EXCEL ADVERTISING	PM / BB	27-Sep-12 s/d 26-Sep-13	1.800.000
<b>10.</b>	18-Apr-12	2012	28-Apr-12	KELVIN TJIANDRA	PM / BB	29-Apr-12 s/d 28-Apr-13	1.926.750
<b>11.</b>	26-Mar-12	2012	29-Mar-12	LEMBAGA PENDIDIKAN INDONESIA AMERIKA	PM / BB	30-Mar-12 s/d 29-Mar-13	2.250.000
<b>12.</b>	5-Nov-12	2012	15-Nov-	PT. AMX MOTOR	PM /	16-Aug-12 s/d 15-	

			12		BB	Aug-13	2.268.750
<b>13.</b>	14-Nov-12	2012	23-Nov-12	PT. BUANA SABAS FATTAH	PM / BB	24-Nop-12 s/d 23- Nop-13	15.750.00 0
<b>14.</b>	28-May-12	2012	1-Jun-12	PT. CAHAYA ASA MAKMUR	PM / BB	02-Jun-12 s/d 01- Jun-13	2.800.000
<b>15.</b>	20-Mar-13	2011	24-Mar-13	PT. CIMB NIAGA TBK	PM / BB	25-Mar-11 s/d 24- Mar-12	13.815.00 0
<b>16.</b>	30-Apr-12	2010	19-May-12	PT. ELOK MANIS	PM / BB	20-Dec-10 s/d 19- Des-11	1.750.000
<b>17.</b>	14-Mar-12	2012	20-Mar-12	PT. EXPO PARIWARA UTAMA	PM / BB	21-Mar-12 s/d 20- Mar-13	1.350.000
<b>18.</b>	5-Dec-12	2012	9-Dec-12	PT. FLASH DIAN MAS INDONESIA	PM / BB	10-Dec-12 s/d 05- Des-13	3.900.000

<b>19.</b>	13-Dec-12	2012	19-Dec-12	PT. GLOBALINDO HARAPAN JAYA	Berjalan	20-Dec-12 s/d 19-Des-13	166.770
<b>20.</b>	13-Feb-13	2012	16-Feb-13	PT. INDOJAKARTA MOTORGEMILANG	PM / BB	17-Mar-12 s/d 16-Mar-13	15.225.000
<b>21.</b>	7-Jun-12	2012	13-Jun-12	PT. JAYA IMPIAN ABADI	PM / BB	14-Jun-12 s/d 13-Jun-13	5.467.500
<b>22.</b>	29-Oct-12	2012	2-Nov-12	PT. QUICK CHICKEN INDONESIA	PM / BB	03-Nop-12 s/d 02-Nop-13	4.065.000
<b>23.</b>	14-Dec-12	2012	21-Dec-12	PT. ROYAL PANCA PERSADA ANUGERAH	Kain	15-Dec-12 s/d 21-Dec-12	315.000
<b>24.</b>	10-Dec-12	2012	17-Dec-12	PT. SETIA UTAMA MOTOR	PM / BB	18-Dec-12 s/d 17-Dec-13	1.500.000
<b>25.</b>	21-Dec-12	2012	28-Dec-	PT. WIJAYA KARYA REALTY	Kain	22-Dec-12 s/d 28-	

			12				Des-12	6.627.040
<b>26.</b>	10-Dec-12	2012	4-Jan-13	PT. YENINDRA NIAGA RAYA	PM / BB	05-Nop-12 s/d 04- Nop-13		5.391.000
<b>27.</b>	28-May-12	2012	1-Jun-12	SINAR LOGAM MAKMUR	PM / BB	02-Jun-12 s/d 01- Jun-13		6.125.000
<b>28.</b>	5-Dec-12	2012	11-Dec- 12	UD USAHA MANDIRI	PM / BB	12-Des-12 s/d 11- Des-13		1.080.000

Sumber : DPKAD Kota Tangerang, 2012

Berdasarkan tabel 1.4 diatas jumlah kerugian yang di terima terkait pelanggaran pajak reklame ilegal yang jatuh tempo tahun 2012 mencapai angka Rp. 165.641.435 Dengan rincian pada tahun 2010 Rp 1.750.000, pada tahun 2011 Rp 17.115.000, pada tahun 2012 Rp 146.776.435

Berdasarkan observasi dan wawancara pendahuluan yang dilakukan peneliti, terdapat beberapa permasalahan terkait pajak reklame di Kota Tangerang. *Pertama*, masih rendahnya sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak reklame pada khususnya dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame di Kota Tangerang. Selama ini yang dilakukan biasanya dengan melakukan media surat himbauan melalui perda dan petugas memberikan surat pemberitahuan langsung kepada perusahaan objek pajak. (Hasil wawancara dengan petugas DPKAD Kota Tangerang pada 27 maret 2013).

*Kedua*, wajib pajak reklame di Kota Tangerang masih banyak yang melanggar aturan dengan memasang reklame tanpa ijin, ilegal dalam hal ini yaitu memasang reklame lebih dari jumlah atau kuota yang diijinkan oleh dinas terkait dan juga pemasangannya tidak mempertimbangkan keindahan. (Hasil observasi peneliti november 2012).

*Ketiga*, kurang tegasnya sanksi hukum yang mengatur tentang pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak reklame, yaitu tentang keterlambatan membayar pajak dan pemasangan reklame ilegal.

Kurang tegasnya sanksi hukum tersebut menyebabkan semakin banyaknya terjadi pelanggaran-pelanggaran terhadap pajak reklame di Kota Tangerang.

*Keempat*, terbatasnya sarana dalam melakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang. Sarana tersebut antara lain adalah Dengan Sarana hanya 1 kendaraan truk terbuka dan 1 kendaraan Truk hidrolik. Terbatasnya sarana tersebut menyebabkan belum efektifnya pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang. (Hasil observasi peneliti november 2012)

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan-permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengawasan pajak reklame, dimana pajak reklame merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah (PAD) Kota Tangerang dari sektor pajak yang dalam pelaksanaannya harus diawasi secara ketat untuk meminimalisasi terjadinya penyimpangan-penyimpangan dalam pencapaian tujuan. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“EFEKTIVITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Fokus Penelitian**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneltit mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masih rendahnya sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak reklame pada khususnya

dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame di Kota Tangerang.

2. Wajib pajak reklame di Kota Tangerang masih banyak yang melanggar aturan dengan memasang reklame tanpa ijin, serta memasang reklame lebih dari jumlah atau kuota yang diijinkan oleh dinas terkait.
3. Kurang tegasnya sanksi hukum yang mengatur tentang pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak reklame, yaitu tentang keterlambatan membayar pajak dan pemasangan reklame illegal. Kurang tegasnya sanksi hukum tersebut menyebabkan semakin banyaknya terjadi pelanggaran-pelanggaran terhadap pajak reklame di Kota Tangerang.
4. Terbatasnya sarana dalam melakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang sehingga menyebabkan belum efektifnya pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

### **1.2.2 Fokus Penelitian**

Menyadari banyaknya masalah mengenai pemungutan pajak reklame di Kota Tangerang. Fokus penelitian diperlukan untuk lebih mempersempit masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, fokus penelitian adalah efektivitas pengawasan pajak reklame Di Kota Tangerang.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah dan fokus penelitian yang telah diuraikan tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang?”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui efektivitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian yang berjudul Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, yaitu:

#### **1. Secara Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan pengetahuan karena akan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam dunia akademis khususnya Ilmu Administrasi Negara, terutama yang berkaitan dengan Manajemen Keuangan Daerah. Selain itu, penelitian ini juga dapat bermanfaat untuk pengembangan studi Manajemen Keuangan Daerah.

#### **2. Secara Praktis**

Bagi Dinas terkait, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang khususnya, dan umumnya pejabat terkait di

pemerintahan Kota Tangerang mengenai pengawasan pajak reklame yang mendukung peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) Kota Tangerang.

Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan kemampuan dan penguasaan ilmu-ilmu yang pernah diperoleh peneliti selama mengikuti pendidikan di Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Selain itu, karya peneliti dapat dijadikan bahan informasi dan referensi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan menjelaskan tentang isi bab per bab secara singkat dan jelas. Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Latar belakang masalah menggambarkan situasi, kondisi, ruang lingkup, dan kedudukan permasalahan yang akan diteliti dalam bentuk uraian secara deduktif, dari ruang lingkup yang paling umum hingga menitik ke masalah yang lebih spesifik, yang relevan dengan judul penelitian. Pada bagian ini juga digambarkan apa yang diharapkan sebagai hasil penelitian.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Fokus Penelitian**

Identifikasi masalah adalah masalah-masalah yang muncul yang berkaitan dengan tema/topik/judul penelitian atau dengan variabel yang akan diteliti. Identifikasi masalah dapat diajukan dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan.

Fokus penelitian diperlukan untuk lebih mempersempit masalah yang akan diteliti. Fokus penelitian memuat objek penelitian, subjek penelitian, dan lokus penelitian secara jelas.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian menjawab pertanyaan “Apa yang akan diselesaikan peneliti dalam melakukan penelitian ini”. Dalam bagian ini, masalah penelitian dikemukakan dalam bentuk pertanyaan yang dirumuskan secara tajam yang ingin dicari jawabannya dalam penelitian ini.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian mengungkapkan tentang apa yang akan diselesaikan dan dicapai dalam penelitian terhadap permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Isi dan rumusan tujuan penelitian sejalan dengan isi dan rumusan masalah.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Pada bagian ini dikemukakan apa yang menjadi kegunaan hasil penelitian, baik manfaat teoritis dan manfaat praktis dari diadakannya penelitian.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan menjelaskan tentang isi bab per bab secara singkat dan jelas.

## **BAB II DESKRIPSI TEORI DAN ASUMSI DASAR PENELITIAN**

### **2.1 Deskripsi Teori**

Deskripsi teori memuat kajian terhadap sejumlah teori yang relevan dengan permasalahan dan variabel penelitian sehingga akan memperoleh konsep penelitian yang jelas.

### **2.2 Kerangka Berpikir**

Sub bab ini menggambarkan alur pikiran peneliti sebagai kelanjutan dari deskripsi teori.

### **2.3 Asumsi Dasar Penelitian**

Merupakan prediksi awal peneliti yang didasarkan pada hasil observasi awal dan data-data pendukung lainnya sehingga menghasilkan penilaian sementara terkait fokus penelitian.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Metode Penelitian**

Sub bab ini menjelaskan metode yang dipergunakan dalam penelitian.

### **3.2 Instrumen Penelitian**

Sub bab instrumen penelitian menjelaskan tentang proses penyusunan dan jenis alat pengumpul data yang digunakan.

### **3.3 Informan Penelitian**

Dalam sub bab ini menjelaskan informan penelitian yang mana akan memberikan berbagai macam informasi yang dibutuhkan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### **3.4 Teknik Pengolahan dan Analisa Data**

Menjelaskan teknik analisa beserta rasionalisasinya yang sesuai dengan sifat data yang diteliti.

### **3.5 Tempat dan Waktu**

Menjelaskan tentang tempat dan waktu penelitian dilaksanakan.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian**

Menjelaskan obyek penelitian yang meliputi lokasi penelitian secara jelas

### **4.2 Deskripsi Data**

Menjelaskan data yang telah didapatkan dari observasi di lapangan dan menjelaskan informan yang ditentukan dalam penelitian.

### **4.3 Teknik Analisis Data**

Menjelaskan hasil penelitian yang telah diperoleh dari data mentah dengan mempergunakan teknik analisis data yang relevan.

### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

Menghubungkan temuan hasil penelitian di lapangan dengan dasar teori yang telah ditetapkan sejak awal.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Menyimpulkan hasil penelitian secara singkat, jelas dan mudah dipahami.

### **5.2 Saran**

Sub ini memberikan rekomendasi kepada Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang sebagai tindak lanjut dari sumbangan penelitian terhadap bidang yang diteliti secara teoritis maupun praktis

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi daftar referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi.

## **LAMPIRAN**

Berisi mengenai daftar dokumen yang menunjang data penelitian.

## **BAB II**

### **DESKRIPSI TEORI DAN ASUMSI DASAR PENELITIAN**

#### **2.1 Deskripsi Teori**

Penggunaan teori sangat penting dalam suatu penelitian. Teori berfungsi untuk menjelaskan dan menjadi pedoman dalam penelitian. Pada bab sebelumnya, peneliti telah menguraikan permasalahan-permasalahan dalam penelitian. Pada bab ini, peneliti mengkaji beberapa teori yang relevan dengan permasalahan penelitian sehingga akan diperoleh konsep penelitian yang jelas.

Penelitian mengenai Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang akan dikaji dengan menggunakan beberapa teori dalam ruang lingkup ilmu administrasi negara, yaitu: teori efektifitas, teori pengawasan, dan teori pajak.

##### **2.1.1 Teori Efektivitas**

Efektivitas memiliki banyak pengertian, tergantung bagaimana kita memandangnya, sehingga mengandung pengertian yang multidimensi. Untuk memperoleh pengertian efektivitas secara jelas dan benar, perlu menelaah beberapa pendapat para ahli agar diperoleh pemahaman secara nyata dan dapat mengetahui perbandingan antara teori-teori yang dikemukakan. Oleh karena itu, sebelum peneliti membahas lebih lanjut kepada pokok persoalan

mengenai efektivitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang, maka berikut ini akan dikemukakan beberapa teori para ahli.

Handyaningrat (2000:16) menyebutkan bahwa efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya atas tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Efektivitas merupakan salah satu pencapaian yang ingin diraih oleh sebuah organisasi. Menurut Hasibuan (2003:77), efektivitas adalah tercapainya sasaran eksplisit atau implisit. Efektivitas yang dimaksud adalah tercapainya sasaran baik secara tertulis maupun dalam implementasinya. Sedarmayanti (Robbins, 2003:59) mengemukakan bahwa efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat tercapai.

Menurut Mahmudi (2005:92), efektivitas terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Efektivitas merupakan hubungan antara *output* dan tujuan. Semakin besar kontribusi keuntungan terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi

The Liang Gie dalam Halim (2004:59) mendefinisikan efektivitas sebagai suatu keadaan yang terjadi sebagai akibat yang dikehendaki kalau seseorang melakukan sesuatu perbuatan dengan maksud tertentu dan menghendaknya, maka orang itu dikatakan efektif bila menimbulkan akibat atau mempunyai maksud sebagaimana yang dikehendaknya.

Robbins dalam Makmur (2008:122-123) menyatakan bahwa dalam menyelenggarakan aktivitas organisasi, terdapat beberapa faktor yang

mempengaruhi efektivitas, yaitu:

1. Adanya tujuan yang jelas.
2. Sumber daya manusia.
3. Struktur organisasi.
4. Adanya dukungan atau partisipasi masyarakat.
5. Adanya sistem nilai yang dianut.

Menurut Tangkilisan (2005:139), efektivitas menyangkut 2 (dua) aspek, yaitu (1) Tujuan dan (2) Pelaksanaan fungsi. Suatu organisasi yang berhasil dapat diukur dengan melihat pada sejauh mana organisasi tersebut dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Konsep efektivitas yang dikemukakan oleh para ahli organisasi dan manajemen memiliki makna yang berbeda, tergantung pada kerangka acuan yang dipergunakan. Secara nyata, Stoner (Tangkilisan, 2005:138) menekankan pentingnya efektivitas organisasi dalam pencapaian tujuan organisasi, dan efektivitas adalah kunci dari kesuksesan suatu organisasi.

Adapun kriteria atau indikator efektivitas menurut Tangkilisan (2005:140-141), yaitu: (1) Pencapaian target, yaitu sejauh mana target dapat terealisasikan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari sejauh mana pelaksanaan tujuan organisasi dalam mencapai target sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan; (2) Kemampuan adaptasi (fleksibilitas), yaitu sejauh mana organisasi dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi baik dari dalam organisasi dan luar organisasi; (3) Kepuasan kerja, yaitu suatu kondisi yang dirasakan oleh seluruh anggota organisasi yang mampu memberikan kenyamanan dan motivasi bagi peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan untuk mencapai efektivitas organisasi; (4) Tanggung

jawab, yaitu dapat melaksanakan mandat yang telah diembannya sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat sebelumnya dan bisa menghadapi serta menyelesaikan masalah yang terjadi dengan pekerjaannya. Efektivitas harus dibedakan dengan efisiensi. Efisiensi mengandung pengertian perbandingan antara biaya dan hasil, sedangkan efektivitas secara langsung dihubungkan dengan pencapaian suatu tujuan.

Dengan memperhatikan definisi di atas, efektivitas dapat dikatakan sebagai suatu kemampuan dalam mencapai tujuan organisasi dengan menggunakan bantuan secara tepat seperti sumberdaya, biaya, peralatan, untuk mencapai hasil yang diinginkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, secara sederhana dapat dikatakan bahwa efektivitas berarti penyelesaian pekerjaan tepat pada waktunya sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam arti pelaksanaan suatu tugas dapat dinilai baik atau tidak, sangat tergantung kepada bilamana tugas itu dapat diselesaikan dan yang paling utama bagaimana cara melaksanakan dan berapa besar sumber daya yang telah dikeluarkan untuk hal tersebut.

### **2.1.2 Teori Pengawasan**

Pengawasan dapat membantu organisasi dalam melakukan penilaian apakah perencanaan dapat di laksanakan secara efektif atau tidak. Pengawasan merupakan salah satu fungsi manajemen yang bertujuan untuk mencegah terjadinya penyimpangan-penyimpangan atau penyelewengan-penyelewengan dari rencana kebijakan yang telah dirumuskan sebelumnya.

Menurut Fayol dalam Harahap (2001:10) mengartikan pengawasan sebagai berikut:

*“Control consist in verifying whether everything occurs in conformity with the plan adopted, the instruction issued and principles established. It has objective to point out weaknesses and errors in order to rectify then prevent recurrence* (Pengawasan adalah ketetapan dalam menguji apapun sesuatu persetujuan, yang disesuaikan dengan instruksi dan prinsip perencanaan, yang sudah tidak dapat dipungkiri lagi)”.

Pengawasan mencakup upaya memeriksa apakah semua terjadi sesuai dengan rencana yang ditetapkan, perintah yang dikeluarkan, dan prinsip yang dianut. Juga dimaksudkan untuk mengetahui kelemahan dan kesalahan agar dapat dihindari kejadiannya dikemudian hari.

Menurut Siagian (2003:30), pengawasan adalah memantau aktivitas pekerjaan karyawan untuk menjaga perusahaan agar tetap berjalan kearah pencapaian tujuan dan membuat koreksi jika diperlukan. Pengawasan. secara umum berarti pengendalian terhadap perencanaan apakah sudah dilaksanakan sesuai tujuan atau penyimpangan dari tujuan yang diinginkan. Jika terjadi penyimpangan, pihak manajemen yang terkait dalam pengawasan harus memberikan petunjuk untuk melakukan perbaikan kerja, agar standar perencanaan tidak jauh menyimpang dari hasil yang diperoleh pada saat pelaksanaan.

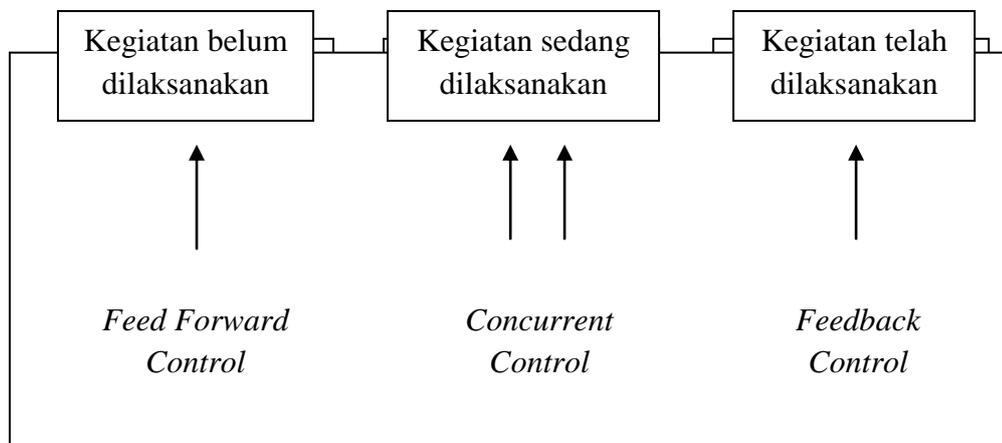
Handoko (2003:359) mendefinisikan pengawasan sebagai berikut:

“Pengawasan sebagai proses untuk “menjamin” bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen tercapai. Ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan-kegiatan sesuai yang di rencanakan.”

Selanjutnya Handoko (2003:361) menjelaskan tiga tipe pengawasan, sebagai berikut:

1. Pengawasan Pendahuluan (*feedforward control*)  
Pengawasan pendahuluan atau sering disebut *steering controls*, dirancang untuk mengantisipasi masalah-masalah atau penyimpangan- penyimpangan dari standar atau tujuan dan memungkinkan koreksi dibuat sebelum suatu tahap kegiatan tertentu diselesaikan.
2. Pengawasan yang dilakukan bersamaan dengan pelaksanaan kegiatan (*concurrent control*)  
Pengawasan ini sering disebut pengawasan “Ya-Tidak”, *screening control* atau “berhenti- terus”, dilakukan selama suatu kegiatan berlangsung.
3. Pengawasan umpan balik (*feedback control*)  
Pengawasan umpan balik, juga dikenal sebagai *past-action controls*, mengukur hasil-hasil dari suatu kegiatan yang telah diselesaikan.

Tipe-tipe pengawasan tersebut digambarkan oleh Handoko sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Tipe-tipe Pengawasan**  
**Sumber: Handoko (2003:362)**

Ada beberapa faktor yang menyebabkan pengawasan semakin diperlukan oleh setiap organisasi, faktor-faktor tersebut adalah (Handoko, 2011:366):

1. Perubahan lingkungan organisasi  
Berbagai perubahan lingkungan organisasi terjadi terus menerus dan tidak dapat dihindari seperti munculnya produk dan pesaing baru, diketemukannya bahan baku baru, adanya peraturan pemerintah baru, dan sebagainya. Melalui fungsi pengawasan manager mendeteksi perubahan-perubahan yang berpengaruh pada barang dan jasa sehingga mampu menghadapi tantangan.
2. Peningkatan kompleksitas organisasi  
Semakin besar organisasi semakin membutuhkan pengawasan yang formal dan hati-hati. Berbagai jenis produk harus diawasi untuk menjamin bahwa kualitas dan profitabilitas tetap terjaga. Disamping itu organisasi sekarang lebih bercorak desentralisasi dengan banyak agen-agen dan cabang-cabang penjualan dan kantor pemasaran. Semuanya memerlukan pelaksanaan fungsi pengawasan dengan lebih efisien dan efektif.
3. Kesalahan-kesalahan  
Bila para bawahan tidak pernah membuat kesalahan, manager dapat secara sederhana melakukan fungsi pengawasan. Tetapi kebanyakan anggota organisasi sering melakukan kesalahan-kesalahan. Sistem pengawasan memungkinkan manager mendeteksi kesalahan-kesalahan tersebut sebelum menjadi kritis.
4. Kebutuhan manager untuk mendelegasikan wewenang  
Bila manager mendelegasikan wewenang kepada bawahannya, tanggung jawab atasan itu sendiri tidak akan pernah berkurang.

Untuk menjadi efektif, sistem pengawasan harus memenuhi kriteria tertentu. Semakin dipenuhinya kriteria-kriteria tersebut, maka sistem pengawasan akan semakin efektif. Adapun karakteristik-karakteristik pengawasan yang efektif menurut Handoko (2011:373) adalah:

1. Akurat  
Informasi tentang pelaksanaan kegiatan harus akurat. Data yang tidak akurat dari sistem pengawasan dapat menyebabkan organisasi mengambil tindakan koreksi yang keliru.

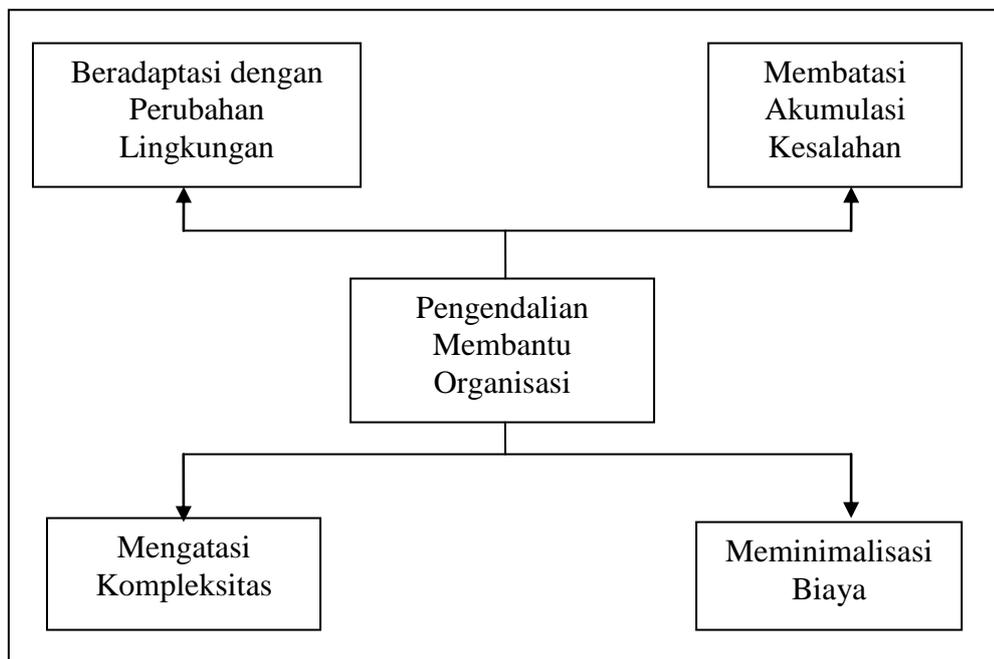
2. Tepat waktu  
Informasi harus dikumpulkan, disampaikan dan dievaluasi secepatnya bila kegiatan perbaikan harus dilakukan segera.
3. Obyektif dan menyeluruh  
Informasi harus mudah dipahami dan bersifat obyektif secara lengkap.
4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik  
Sistem pengawasan harus memusatkan perhatian pada bidang-bidang dimana penyimpangan-penyimpangan dari standar paling sering terjadi.
5. Realistik secara ekonomis  
Biaya pelaksanaan sistem pengawasan harus lebih rendah atau paling tidak sama dengan kegunaan yang diperoleh dari sistem tersebut.
6. Realistik secara organisasional  
Sistem pengawasan harus cocok atau harmonis dengan kenyataan organisasi.
7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi  
Informasi pengawasan harus terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi karena: (1) Setiap tahap dari proses pekerjaan dapat mempengaruhi sukses atau kegagalan keseluruhan operasi dan (2) Informasi pengawasan harus sampai pada seluruh personalia yang memerlukannya.
8. Fleksibel  
Pengawasan harus mempunyai fleksibilitas untuk memberikan tanggapan atau reaksi terhadap ancaman dari lingkungan.
9. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional  
Sistem pengawasan efektif harus menunjukkan baik deteksi maupun deviasi dari standar, tindakan koreksi apa yang seharusnya diambil.
10. Diterima para anggota organisasi  
Sistem pengawasan harus mampu mengarahkan pelaksana kerja para anggota organisasi dengan mendorong perasaan otonomi, tanggungjawab dan berprestasi.

Demikian, dari beberapa definisi dan uraian mengenai pengawasan, maka dapat disimpulkan bahwa pengawasan adalah kegiatan manajemen yang bertujuan untuk mengendalikan kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan agar tidak terjadi penyimpangan terhadap tujuan organisasi.

### 2.1.2.1 Tujuan Pengawasan

Pelaksanaan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan memerlukan pengawasan agar perencanaan yang telah disusun dapat terlaksana dengan baik. Pengawasan dikatakan sangat penting karena pada dasarnya manusia sebagai objek pengawasan mempunyai sifat salah dan khilaf. Oleh karena itu, manusia dalam organisasi perlu diawasi, bukan mencari kesalahannya kemudian menghukumnya, tetapi mendidik dan membimbingnya.

Griffin (2004:163) mendeskripsikan tujuan pengawasan atau pengendalian yang ditunjukkan pada gambar 2.2 berikut:



**Gambar 2.2**  
**Tujuan Pengawasan**  
**Sumber: Griffin (2004:163)**

## 1. Beradaptasi dengan Perubahan Lingkungan

Organisasi akan menghadapi perubahan dalam lingkungan bisnis yang tidak stabil dan bergejolak. Dalam rentang waktu antara penetapan tujuan dan pencapaian tujuan, banyak kejadian dalam organisasi dan lingkungannya yang dapat menuntun pergerakan kearah tujuan atau menyimpangkan tujuan itu sendiri. Sistem pengawasan yang baik dapat membantu para manajer mengantisipasi, memantau, dan merespon perubahan. Beradaptasi dengan perubahan lingkungan Membatasi akumulasi kesalahan Pengendalian membantu organisasi Mengatasi kompleksitas.

## 2. Membatasi Akumulasi Kesalahan

Kesalahan-kesalahan kecil umumnya tidak menimbulkan kerusakan serius pada kinerja organisasi. Namun, dari waktu ke waktu, kesalahan-kesalahan kecil dapat terakumulasi dan berdampak serius. Oleh karena itu pengawasan diperlukan untuk menghindari terjadinya kesalahan-kesalahan kecil yang dapat berulang-ulang. Dengan adanya pengawasan, manajer dapat melihat penyebab terjadinya kesalahan dan dapat mengambil keputusan untuk bekerja lebih cermat.

## 3. Mengatasi Kompleksitas Organisasi

Perusahaan jika hanya menggunakan satu jenis bahan baku atau sumber daya, membuat satu jenis produk atau jasa, memiliki desain organisasi yang sederhana, dan mengalami permintaan produk yang konstan, maka para manajernya dapat membuat sistem pengawasan yang

minim dan sederhana. Tetapi apabila perusahaan yang memproduksi produk dan jasa dengan memakai beragam bahan baku dan sumber daya dan memiliki area pasar yang luas, desain organisasi yang rumit, serta memiliki banyak pesaing memerlukan sistem yang canggih untuk membuat pengawasan yang memadai.

#### 4. Meminimalisasi Biaya

Pengawasan juga dapat membantu mengurangi biaya dan meningkatkan output apabila dipraktekkan secara efektif. Secara filosofis dikatakan bahwa pengawasan sangat penting karena manusia pada dasarnya mempunyai sifat salah atau khilaf, sehingga manusia dalam organisasi perlu diawasi, bukan untuk mencari kesalahannya kemudian menghukumnya.

Berbagai tujuan dan fungsi pengawasan tersebut memberikan pengertian bahwa pengawasan terhadap pelaksanaan suatu peraturan memiliki tujuan yang secara tidak langsung terhadap terlaksananya peraturan yang telah ditetapkan dan mendidik aparat pelaksana peraturan untuk tetap melaksanakan kesepakatan yang telah dibentuk bersama-sama, sekaligus bagaimana aparat pengawas akan belajar banyak mengenai apa-apa yang harus diperbaiki dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan suatu peraturan.

### 2.1.3 Pajak

Dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia mengenai pajak secara tegas di atur dalam pasal 23 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi: “Segala pajak untuk keperluan Negara berdasarkan Undang-Undang”. Pasal ini secara konstitusional merupakan dasar dari sistem pemungutan pajak di Indonesia, sehingga pemungutan pajak di Indonesia mempunyai dasar hukum yang menjamin keadilan dan kepastian hukum bagi Negara maupun warga negaranya.

Prof. Dr. Rochmat Soemitro (Mardiasmo 2009:1) mendefinisikan pajak, sebagai berikut:

“Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur:

1. Iuran dari rakyat kepada negara.  
Yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang (bukan barang).
2. Berdasarkan undang-undang.  
Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.
3. Tanpa jasa timbal balik secara langsung.  
Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individu oleh pemerintah.
4. Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara yakni pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Sedangkan, Widjajati (2008:6) mendefinisikan pajak sebagai berikut:

“Pajak adalah 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 timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan umum.”

Pajak dari perspektif ekonomi dapat dipahami sebagai beralihnya sumber daya sektor privat kepada sektor publik. Pemahaman ini memberikan gambaran bahwa adanya pajak menyebabkan dua situasi menjadi berubah. Pertama, berkurangnya kemampuan individu dalam menguasai sumber daya untuk kepentingan penguasaan barang dan jasa. Kedua, bertambahnya kemampuan keuangan negara dalam penyediaan barang dan jasa publik yang merupakan kebutuhan masyarakat.

Di sisi lain bahwa pajak memiliki dua fungsi, yaitu fungsi *budgeter* dan fungsi mengatur. Berkaitan dengan fungsi tersebut, Widjajati (2008:5) mendefinisikan fungsi *budgeter* sebagai berikut:

“Fungsi *budgeter* adalah fungsi yang letaknya disektor publik, dan pajak disini merupakan suatu alat untuk memasukan uang sebanyak-banyaknya ke dalam kas negara yang pada waktunya akan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara. Sedangkan fungsi mengatur ini digunakan sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yang letaknya di luar bidang keuangan dan fungsi mengatur ini banyak ditujukan terhadap sektor swasta.”

Dalam hal ini, fungsi pajak tersebut dalam suatu pemerintahan sangatlah penting, sebab dengan memperhatikan perkembangan masyarakat dan kepentingannya sehubungan dengan kepentingan lingkungan, diperkirakan bahwa dengan memiliki fungsi *budgeter* tersebut sangat sentral,

karena dalam pembangunan suatu pemerintah memerlukan dana yang tidak sedikit oleh karenanya oleh karenanya pajak adalah bagian dari sumber dana pembangunan maka partisipasi warga negara atau masyarakat perlu menyadari akan kewajibannya untuk membayar pajak.

Demikian, berdasarkan definisi-definisi dan uraian mengenai pajak di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pajak adalah iuran masyarakat atau warga negara kepada negara yang dapat dipaksakan atau yang terutang oleh wajib pajak yang cara pembayarannya di atur menurut peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dapat dirasakan, serta dapat ditunjuk dan gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran secara umum serta berhubungan dengan tugas negara dalam menyelenggarakan pemerintahan.

### **2.1.3.1 Pajak Daerah**

Dalam hal sumber pendapatan negara dari pajak, pajak dapat dibagi ke dalam dua jenis, yaitu pajak yang dikelola oleh pemerintah pusat, dan sumber pendapatan negara dari pajak yang dikelola oleh pemerintah daerah. Sehingga dalam hal adanya kewajiban setiap warga negara atau masyarakat dalam menyelesaikan pajaknya dapat di sebut dengan wajib pajak.

Pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah di daerah dan

pembangunan daerah, pajak daerah merupakan salah satu sumber pendanaan dan sumber andalan dari pendapatan asli daerah (PAD), disamping retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah lainnya yang dipisahkan.

Berkaitan dengan hal tersebut, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah menyebutkan definisi pajak daerah sebagai berikut:

“Pajak Daerah merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai pelaksanaan pemerintahan daerah dan dilaksanakan berdasarkan prinsip demokrasi, pemerataan dan keadilan, peran serta masyarakat, dan akuntabilitas dengan memperhatikan potensi daerah.

Mardiasmo (2008:5-6) menyatakan berbagai macam jenis pajak, yang dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu menurut golongannya, menurut sifatnya, dan menurut pemungutannya, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Pengelompokan Pajak menurut Golongannya

- (1) Pajak langsung adalah pajak yang pembebanannya tidak dapat dilimpahkan ke pihak lain, tetapi harus menjadi beban langsung Wajib Pajak yang bersangkutan.

Contoh: Pajak Penghasilan (PPh). Karena, Pajak Penghasilan dibayar dan ditanggung oleh pihak-pihak tertentu yang memperoleh penghasilan tersebut.

- (2) Pajak tidak langsung adalah pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan ke pihak lain.

Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Pajak Pertambahan Nilai 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 secara implisit (dimasukan dalam harga jual barang atau jasa).

## 2. Pengelompokan Pajak menurut Sifatnya

- (1) Pajak subyektif adalah pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subyeknya dalam arti memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak (WP). Contohnya: Pajak Penghasilan. Dalam PPh terdapat Subjek Pajak (Wajib Pajak) orang pribadi. Pengenaan PPh untuk pribadi tersebut memperhatikan keadaan pribadi WP (status, banyaknya anak dan tanggungan lainnya). Keadaan pribadi WP tersebut selanjutnya digunakan untuk menentukan besarnya penghasilan tidak kena pajak.
- (2) Pajak obyektif adalah pajak yang berpangkal pada obyeknya tanpa memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contohnya: PPN dan PPnBM, PBB.

## 3. Pengelompokan Pajak menurut Pemungutannya.

- (1) Pajak pusat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga Negara.

Contoh: PPh, PBB.

(2) Pajak daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah.

Contoh Pajak Daerah Tingkat I (provinsi): Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Tanah, Pajak Izin Penangkapan ikan di wilayahnya. Nama Tanah, Pajak Izin Penangkapan ikan di wilayahnya.

Contoh Pajak Daerah Tingkat II (Kabupaten/Kota): Pajak Reklame. Pajak penerangan jalan, pajak pembangunan I.

Demikian, berdasarkan uraian mengenai pajak daerah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pajak daerah adalah pajak atau pungutan yang bersifat wajib atas penyelenggaraan pajak daerah tanpa adanya imbalan secara langsung yang dapat dirasakan oleh wajib pajak (kontraprestasi).

### **2.1.3.2 Pajak Reklame**

Pajak reklame merupakan salah satu jenis pajak daerah yang mempunyai potensi yang besar dalam penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) khususnya pada Pemerintah Kota Tangerang, sebab dengan berkembangnya industri serta perumahan di daerah ini maka dengan sendirinya banyak perusahaan maupun pengembang dalam melakukan promosinya melalui reklame.

Definisi pajak reklame menurut Purwanto (2004:77) adalah sebagai berikut:

“Pajak reklame adalah pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan papan promosi seperti billboard, spanduk, umbul-umbul, dan bahan

cetakan lainnya oleh orang pribadi atau badan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan papan iklan yang digunakan sebagai alat promosi.”

Berdasarkan pengertian di atas, subjek pajak reklame adalah orang pribadi atau badan yang melakukan pembayaran atas tempat yang di atasnya digunakan sebagai promosi baik berupa *billboard*, papan promosi, umbul-umbul maupun spanduk atau bahan cetakan lainnya. Di sini pembayaran merupakan jumlah yang diterima atau seharusnya diterima sebagai imbalan atau penyerahan barang dan/atau jasa sebagai pembayaran kepada pemilik atau penyelenggara tempat yang dijadikan sebagai promosi baik barang industri, perumahan atau dalam bidang pendidikan.

Dalam menunjang penerimaan pajak perlu adanya upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah melalui strategi peningkatan pemungutan atas pajak daerah adalah sebagai berikut:

1. Memperluas basis penerimaan  
Tindakan yang dilakukan untuk memperluas basis penerimaan yang dapat dipungut oleh daerah, yang dalam perhitungan ekonomi dianggap potensial, antara lain yaitu mengidentifikasi pembayar retribusi baru/potensial dan jumlah pembayar retribusi, memperbaiki basis data objek, memperbaiki penilaian, menghitung kapasitas penerimaan dari setiap jenis pungutan.
2. Memperbaiki proses pemungutan  
Upaya yang dilakukan dalam memperkuat proses pemungutan, yaitu antara lain mempercepat penyusunan peraturan Daerah (Perda), mengubah tarif, khususnya tarif retribusi dan peningkatan sumber daya manusia (SDM).
3. Meningkatkan pengawasan  
Hal ini dapat ditingkatkan yaitu antara lain melakukan pemeriksaan secara berkala, memperbaiki proses pengawasan, menerapkan sanksi terhadap penunggak pajak.

4. Meningkatkan efisiensi administrasi dan menekan biaya pemungutan

Tindakan yang dilakukan oleh daerah yaitu antara lain memperbaiki prosedur administrasi melalui penyederhanaan administrasi retribusi, meningkatkan efisiensi pemungutan dari setiap jenis pungutan.

5. Meningkatkan kapasitas penerimaan melalui perencanaan yang lebih baik

Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait di daerah.

Dengan menerapkan kriteria dan upaya di atas, diharapkan penerimaan pajak reklame lebih meningkat, mengingat pajak reklame merupakan komponen dari pajak daerah yang sangat potensial, sehingga sangat relevan sekali untuk selalu meningkatkan penerimaannya bagi keberlangsungan pembangunan daerah. Selain itu, pajak reklame merupakan salah satu sumber dana yang mempunyai potensi serta prospek yang cerah, karena melihat perkembangan industri, perumahan dan pendidikan yang semakin meningkat tidak tertutup kemungkinan untuk meningkatkan penerimaan pajak dan dalam proses pelaksanaan pemungutannya harus mengacu pada peraturan daerah yang berlaku sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, diharapkan efektifitas penerimaan pajak reklame dapat lebih meningkat dan tercapainya target sebagaimana yang diharapkan.

Agar usaha pengelolaan pajak reklame di daerah dapat terselenggara dengan sebaik-baiknya, maka kepala daerah sebagai penanggung jawab pengelolaan pajak reklame di wilayahnya berkewajiban untuk mengarahkan kegiatan seluruh sumber pajak reklame dan mengkoordinasikan dengan

istansi-istansi terkait yang dianggap penting untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut di atas. Kepala Daerah dapat membentuk Badan Pembina. Ketua Pembina ini menetapkan waktu rapat koordinasi yang diadakan secara berkala untuk mengkonsultasikan perkembangan dan perkiraan keadaan serta permasalahan yang perlu mendapatkan penanganan dibidang yang menyangkut masalah pajak reklame secara seksama.

Oleh karena itu, maka untuk melaksanakan suatu kegiatan dimaksud maka diperlukan suatu manajemen yang baik agar mendapatkan suatu hasil yang baik pula. Efisiensi dan efektifitaslah salah satunya yang merupakan bagian penting yang harus diperhatikan dalam melaksanakan suatu kegiatan. Terkait dengan pengelolaan pajak reklame, maka suatu perencanaan yang baik sangat diperlukan untuk mencapai hasil yang sesuai dengan harapan.

Dengan perencanaan dapat mengungkapkan tujuan-tujuan keorganisasian dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan guna mencapai tujuan. Tujuan dari suatu perencanaan pengelolaan pajak reklame, yaitu untuk memilih sasaran, kebijaksanaan prosedur, serta program yang diperlukan untuk mencapai penerimaan pajak reklame semaksimal mungkin.

## **2.2 Kerangka Berpikir**

Penelitian ini akan meneliti tentang efektivitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang karena pajak reklame merupakan salah satu aset daerah yang memiliki kontribusi besar terhadap pendapatan asli daerah

(PAD) dalam mendukung terhadap pembangunan dari segi anggaran keuangan.

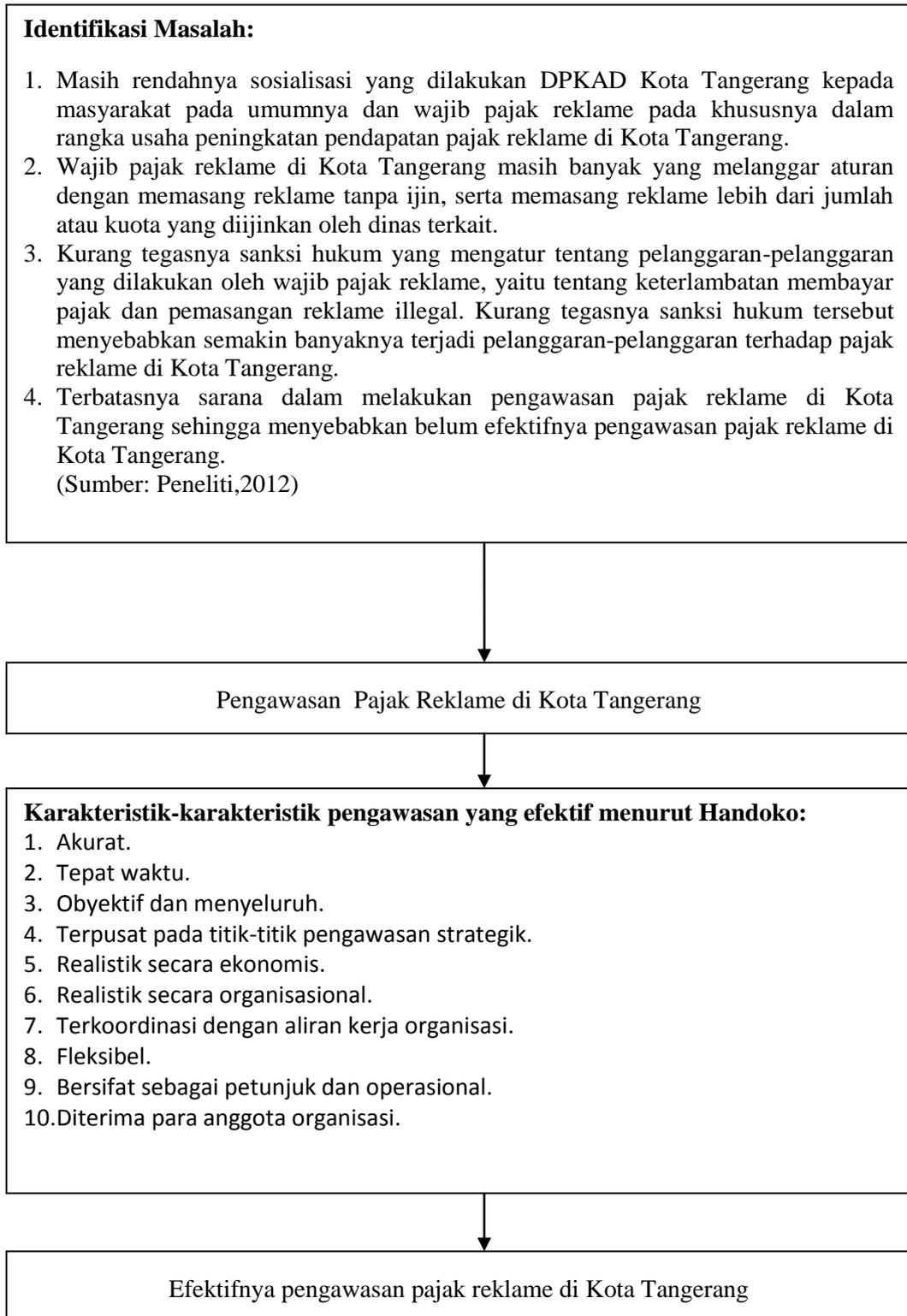
Dilatarbelakangi oleh perkembangan dalam dunia usaha dan perdagangan di Kota Tangerang yang berakibat pada perkembangan yang sangat pesat dalam usaha penyelenggaraan reklame sebagai alat promosi atau menarik konsumen besar-besaran sehingga perlu adanya pengawasan terhadap sektor ini agar supaya pemasukan dari sektor pajak reklame ini bisa optimal.

Terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan di lapangan mengenai pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang, yaitu: (1) Petugas pajak kurang responsif atau cepat tanggap terhadap wajib pajak reklame dalam pelaksanaan pemungutan pajak reklame, sehingga pemungutan pajak reklame di Kota Tangerang belum terlaksana secara maksimal; (2) Masih rendahnya sosialisasi yang dilakukan oleh DPKAD Kota Tangerang kepada masyarakat pada umumnya dan wajib pajak reklame pada khususnya dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame di Kota Tangerang; (3) Wajib pajak reklame di Kota Tangerang masih banyak yang melanggar aturan dengan memasang reklame tanpa ijin, serta memasang reklame lebih dari jumlah atau kuota yang diijinkan oleh dinas terkait; (4) Kurang tegasnya sanksi hukum yang mengatur tentang pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak reklame, yaitu tentang keterlambatan membayar pajak dan pemasangan reklame illegal. Kurang tegasnya sanksi hukum tersebut menyebabkan semakin banyaknya terjadi pelanggaran-pelanggaran terhadap pajak reklame di Kota Tangerang; dan (5) Terbatasnya sarana dan

prasarana dalam melakukan pengawasan sehingga menyebabkan belum efektifnya pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

Penelitian mengenai Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang ini menggunakan teori pengawasan yang efektif dari Handoko (2011). Teori tersebut menjelaskan sepuluh karakteristik pengawasan yang efektif, yaitu: (1) Akurat; (2) Tepat waktu; (3) Obyektif dan menyeluruh; (4) Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik; (5) Realistik secara ekonomis; (6) Realistik secara organisasional; (7) Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi; (8) Fleksibel; (9) Bersifat sebagai petunjuk dan operasional; (10) Diterima para anggota organisasi.

Selanjutnya, sepuluh karakteristik tersebut dianalisis sesuai dengan fokus penelitian dan hasil yang diharapkan adalah efektifnya pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.3**  
**Kerangka Berpikir Penelitian**  
**Sumber: Peneliti, 2012**

### **2.3 Asumsi Dasar Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pembahasan pada efektivitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang. Namun, berdasarkan observasi awal dan wawancara pendahuluan yang dilakukan, peneliti berasumsi bahwa penyelenggaraan pengawasan pajak reklame ini belum terlaksana dengan baik sehingga pengawasan dikatakan belum efektif. Dalam hal ini, Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang belum efektif dalam melakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, yang artinya suatu penelitian yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Jadi, dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2003:11).

Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2006:4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan.

Agar arah penelitian menjadi jelas, maka peneliti perlu mengkaji secara mendasar sesuai dengan lingkup permasalahan yang diteliti. Untuk mengkaji efektivitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang, maka perlu dibuat suatu desain penelitian agar dapat diperoleh pemahaman atau

gambaran yang jelas mengenai variabel tersebut karena dalam penelitian ini memerlukan pengkajian bagaimana dan apakah pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang sudah baik dalam segi pelayanan maupun kesadaran wajib pajak dalam melaksanakan kewajibannya.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, karena masalah-masalah yang ada sifatnya holistik, kompleks, dinamis, jauh lebih dalam, dan penuh makna yang tidak bisa diungkapkan dengan metode penelitian kuantitatif. Selain itu, peneliti bermaksud untuk memahami situasi sosial secara mendalam dengan memahami perasaan orang, memahami interaksi sosial, dan menemukan pola terhadap situasi sosial tersebut.

### **3.2 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Menurut Irawan (2006:17) satu-satunya instrumen terpenting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Nasution (Sugiyono, 2008:223) menyebutkan alasan manusia sebagai instrumen penelitian utama:

“Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama. alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semuanya tidak dapat ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya.”

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari hasil wawancara dengan responden yang berhubungan dengan pengawasan terhadap pajak reklame yang dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan, data sekunder adalah data yang berupa dokumen-dokumen yang pernah ada selama pengawasan terhadap pajak reklame di Kota Tangerang.

Alat-alat tambahan yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data berupa panduan wawancara, buku catatan, kamera digital untuk mengambil gambar atau foto dan *handphone* untuk merekam hasil wawancara.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kombinasi dari beberapa teknik, yaitu:

1. Wawancara Mendalam (*Indepth interview*)

Wawancara adalah tanya jawab lisan secara langsung dengan responden. Wawancara juga digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur untuk memperoleh data lapangan. Wawancara tidak terstruktur atau wawancara bebas merupakan wawancara yang tidak tersusun secara sistematis, dimana pertanyaannya disesuaikan dengan keadaan sehingga pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara yang

dilakukan, yaitu *indept interview* atau wawancara secara mendalam dengan sumber data (Sugiyono, 2008:73).

Pada proses wawancara mendalam, diawali dengan pengantar yaitu peneliti secara terbuka dan jujur memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan dari wawancara. Selanjutnya, peneliti menyampaikan pertanyaan yang bersifat terstruktur dan diakhiri dengan pertanyaan terbuka. Wawancara mendalam ini dilakukan untuk mencari data yang akan digunakan dalam mencari jawaban atas perumusan masalah, yaitu mengenai efektivitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

Dalam pengambilan data dengan wawancara, peneliti membuat kisi-kisi wawancara sebagai panduan peneliti dalam mencari data lapangan. Namun kisi-kisi wawancara yang dibuat sifatnya tidak terstruktur, hal ini dimaksudkan agar pengambilan data dalam penelitian kualitatif ini berlangsung secara alami. Adapun kisi-kisi wawancara dalam penelitian ini sebagai berikut:

- (1) Pengetahuan Petugas DPKAD Kota Tangerang dan Satpol PP Kota Tangerang tentang mekanisme pengelolaan pajak reklame di tepi jalan Kota Tangerang.
- (2) Sistem pengawasan yang digunakan petugas DPKAD Kota Tangerang maupun Satpol PP Kota Tangerang dalam melakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

- (3) Ketegasan Penegakan sanksi yang dilakukan oleh petugas DPKAD Kota Tangerang dan Satpol PP Kota Tangerang kepada wajib pajak yang melanggar aturan (*illegal*).
- (4) Sistem koordinasi antara petugas DPKAD Kota Tangerang dengan Satpol PP Kota Tangerang.
- (5) Langkah-langkah dan solusi yang diambil oleh petugas terhadap reklame-reklame ilegal.

## 2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti yang muncul di lapangan, dalam melakukan proses observasi peneliti menggunakan alat bantu berupa catatan lapangan. Observasi tersebut akan ditunjukkan pada keadaan konkrit dilapangan terutama pada proses pengawasan, meliputi:

- (1) Aparat pengawas.
- (2) Fasilitas yang digunakan dalam melakukan pengawasan.
- (3) Faktor lain yang muncul dilapangan.

## 3. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi ialah teknik pengumpulan data melalui bahan-bahan tertulis yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga yang menjadi obyek penelitian, baik berupa prosedur, peraturan-peraturan, gambar, laporan hasil pekerjaan serta berupa foto ataupun dokumen elektronik (rekaman).

### 3.3 Informan Penelitian

Informan sebagai sumber data kualitatif yang utama disamping data-data lain yang diperoleh dari hasil studi pustaka, sehingga informan merupakan salah satu sumber data yang penting dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, peneliti memasuki situasi sosial penelitian, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2010:52). Maksud teknik pengambilan *purposive* ini adalah dengan peneliti mengambil sumber data dari beberapa orang yang dianggap mempunyai informasi yang relevan dengan fokus penelitian.

Penentuan informan terpenting dalam penelitian kualitatif adalah bagaimana menentukan *key informan* (informan kunci). Penentuan *key informan* dilakukan dengan dengan pemilihan *the primary selection* (partisipan pertama), yaitu pemilihan secara langsung memberi peluang bagi peneliti untuk menentukan sampel dari sekian informan yang langsung ditemui. Sedangkan, jika peneliti tidak bisa menemukan partisipan secara langsung, sebagai cara alternatif peneliti dapat melakukan pemilihan *secondary selection* (informan kedua).

Penelitian mengenai Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, penentuan informannya berdasarkan peran dan fungsi informan yang ikut berpartisipasi atau terlibat dalam pengawasan reklame. Adapun informan dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.1****Informan Penelitian**

<b>No.</b>	<b>Kode Informan (I)</b>	<b>Pembagian Kode Masing-masing Informan</b>	<b>Status Informan (SI)</b>
1	I <sub>1</sub>	(I <sub>1.1</sub> ) H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si	Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang
		(I <sub>1.2</sub> ) Ahmad Nurjali, SE	Kepala Seksi Penagihan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang
		(I <sub>1.3</sub> ) Chandra Mundiyanana, SE., M.AB., Ak	Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang
		(I <sub>1.4</sub> ) Fajar Ahmad	Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang
		(I <sub>1.5</sub> ) Ahmad Zakie A	Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang
2	I <sub>2</sub>	(I <sub>2.1</sub> ) Hadi Dharmawan	Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang
		(I <sub>2.2</sub> ) Fakhri Wahyudi	Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang
3	I <sub>3</sub>	(I <sub>3.1</sub> ) Jajang Teja	Kepala Seksi Laporan dan Pemantuan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang
		(I <sub>3.2</sub> )	Kepala Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota

		Syaiful Muluk, SE	Tangerang
		(I <sub>4.1</sub> )	Wajib Pajak Reklame
4	I <sub>4</sub>	Hendra G	Kota Tangerang
		( I <sub>4.2</sub> )	Wajib Pajak Reklame
		Ali Pong	Kota Tangerang
		(I <sub>5.1</sub> )	Masyarakat Kota Tangerang
5	I <sub>5</sub>	H. Abdul Ghani	
		(I <sub>5.2</sub> )	Masyarakat Kota Tangerang
		Nahrawi, S.Sos	

Sumber: Peneliti, Hasil Penelitian Lapangan, 2013

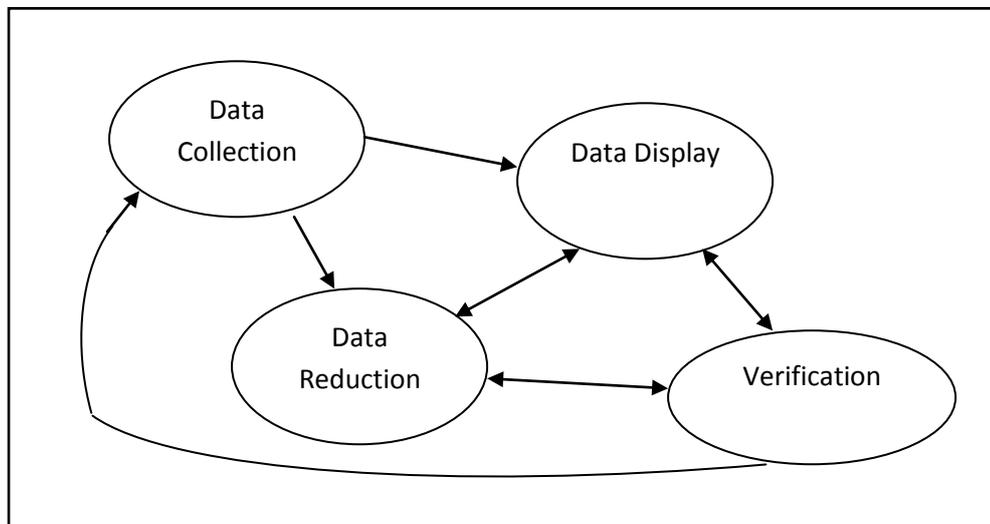
Berdasarkan tabel 3.1 tersebut, yang menjadi *key informan* dalam penelitian mengenai Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang adalah Petugas Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Petugas Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, Petugas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, dan wajib pajak reklame di Kota Tangerang.

### 3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibicarakan dan diinterpretasikan. Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2006:248), yaitu:

“Analisis data adalah proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip *interview*, catatan di lapangan dan bahan-bahan lain yang anda di dapatkan, yang kesemuanya itu anda kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman anda (terhadap suatu fenomena) dan membantu anda untuk mempresentasikan penemuan anda kepada orang lain.”

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisa data model Milles dan Huberman, dimana terdapat tiga aktivitas dalam analisis data, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*).



**Gambar 3.1**  
**Komponen Dalam Analisis Data (*Interactive Model*)**

**Sumber: Miles dan Huberman (2009:20)**

1. Reduksi data (*Data reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul

dari catatan tertulis dilapangan. Pada tahap ini juga akan berlangsung tahap pengkodean, meringkas dan membuat partisi-partisi.

2. Penyajian data (*Data display*)

Data disajikan dalam sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan penyimpulan dan pengambilan tindakan, dengan melihat penyajian data kita dapat mengamati apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Data meliputi bentuk tabel, gambar, hasil, wawancara dan dokumen.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menyimpulkan dari temuan-temuan penelitian untuk dijadikan suatu kesimpulan penelitian. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

### **3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data**

Ada perbedaan yang mendasar mengenai validitas dan reliabilitas dalam penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Dalam penelitian

kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diuji validitas dan reliabilitasnya adalah instrumen penelitiannya. Sedangkan, dalam penelitian kualitatif yang diuji adalah datanya. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

Validitas dalam penelitian kualitatif menunjukkan sejauh mana tingkat interpretasi dan konsep-konsep yang diperoleh memiliki makna yang sesuai antara peneliti dan partisipan. Dengan kata lain, partisipan dan peneliti memiliki kesesuaian dalam mendeskripsikan suatu peristiwa terutama dalam memaknai peristiwa tersebut.

Pengertian reliabilitas dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif pun berbeda. Dalam penelitian kualitatif suatu realitas itu bersifat majemuk/ganda, dinamis/selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten dan berulang seperti semula. Situasi senantiasa berubah demikian juga perilaku manusia yang terlibat didalamnya.

Dalam penelitian ini, pengujian terhadap keabsahan datanya dilakukan dengan cara triangulasi. Menurut Irawan (2006:76), secara sederhananya triangulasi adalah proses *check* dan *recheck* antara satu sumber data dengan sumber data lainnya.

Menurut Sugiyono (2008:252), terdapat tiga jenis triangulasi, yaitu: (1) Triangulasi sumber, berarti membandingkan dan mengecek balik derajat

kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari informan yang berbeda; (2) Triangulasi teknik, dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, dimana pengecekan dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. dan triangulasi waktu; dan (3) Triangulasi waktu, dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Dalam penelitian ini, triangulasi yang dilakukan adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Dalam melakukan triangulasi sumber, peneliti melakukan *membercheck*, yaitu proses pengecekan data atau informasi dari pemberi data atau informasi. Tujuan *membercheck* tersebut adalah untuk mengetahui kesesuaian antara data yang diperoleh dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Setelah *membercheck* dilakukan, maka pemberi data dimintai tandatangan sebagai bukti otentik bahwa peneliti telah melakukan wawancara.

### **3.6 Tempat dan Waktu Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini adalah Dinas Pengelolaan Keuangan dan Asset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang Provinsi Banten. Adapun jadwal penelitian adalah mulai bulan September 2012 sampai dengan Juli 2013. Untuk lebih jelasnya dapat diperhatikan pada tabel 3.2 berikut:

**Tabel 3.2**  
**Jadwal Penelitian**

No	KEGIATAN	WAKTU PELAKSANAAN													
		September 2011 – Oktober 2012													
		Sep '12	Okt '12	Nov '12	De s '12	Ja n '13	Feb '13	Mar '13	Apr '13	Mei '13	Jun '13	Jul '13	Ag t '13	Sep '13	Okt '13
1	Observasi awal	■													
2	Pengajuan judul	■													
3	Perizinan dan observasi		■	■	■										
4	Magang		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Pengumpulan data		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Bimbingan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Penyusunan proposal			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Seminar proposal							■	■	■	■	■	■	■	■
9	Revisi proposal							■	■	■	■	■	■	■	■
10	Wawancara								■	■	■	■	■	■	■
11	Pengolahan dan analisis data											■	■	■	■
12	Sidang skripsi														■
13	Revisi skripsi														■

Sumber: Peneliti, 2012.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

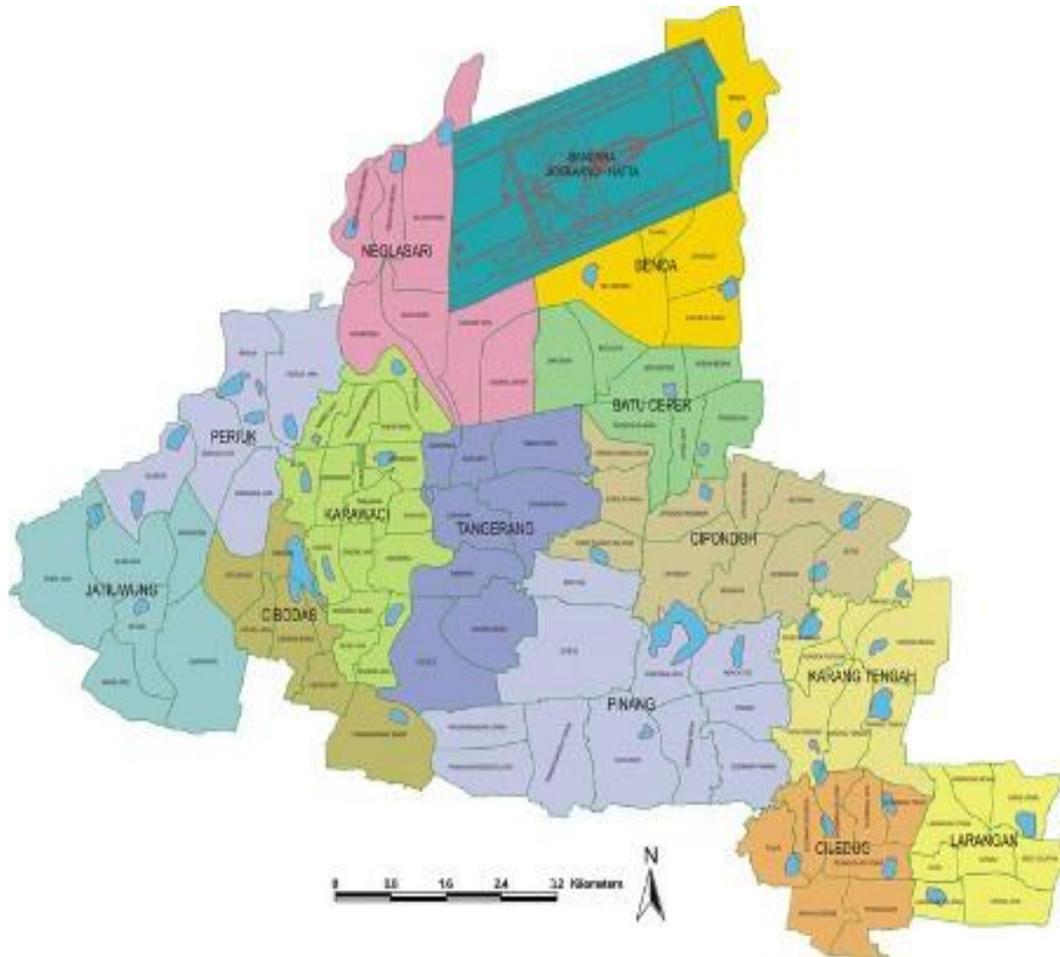
#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Deskripsi Kota Tangerang**

Kota Tangerang adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Banten, Indonesia, tepat di sebelah barat kota Jakarta, serta dikelilingi oleh Kabupaten Tangerang di sebelah selatan, barat, dan timur. Tangerang merupakan kota terbesar di Provinsi Banten, serta ketiga terbesar di kawasan perkotaan Jabotabek setelah Jakarta. Secara administratif, luas Kota Tangerang sekitar 18.378 Ha (termasuk Kawasan Bandara International Soekarno Hatta 1.969 Ha), merupakan wilayah dataran rendah dengan ketinggian rata-rata 30 m dpl. Kota Tangerang terbagi menjadi 13 Kecamatan, 104 Kelurahan yang terdiri dari 931 RW dan 4.587 RT. Jumlah penduduk berdasarkan sensus BPS Provinsi Banten tahun 2010 sebanyak 1.798.601 Jiwa dengan pertumbuhan 1,81 %.

Kota Tangerang memiliki visi, yaitu: “Kota Tangerang sebagai Kota Industri, Perdagangan dan Pemukiman yang Ramah Lingkungan dalam Masyarakat yang Berakhlak Mulia”. Dengan Misi secara umum, yaitu: (1) Memulihkan dan mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kota; (2) Meningkatkan Kualitas dan Kuantitas Pelayanan Publik; (3) Penguatan Tata

Kepemerintahan yang Baik; dan (4) Mewujudkan Pembangunan yang Ramah Lingkungan.



**Gambar 4.1**  
**Peta Wilayah Kota Tangerang**

Secara geografis, Kota Tangerang terletak pada posisi  $106^{\circ}36'$ - $106^{\circ}42'$  Bujur Timur (BT) dan  $6^{\circ}6'$ - $6'$  Lintang Selatan (LS). Letak Kota Tangerang tersebut sangat strategis karena berada di antara Ibukota Negara DKI Jakarta dan Kabupaten Tangerang. Sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 13 Tahun 1976 tentang Pengembangan Jabotabek (Jakarta, Bogor, Tangerang,

Bekasi), Kota Tangerang merupakan salah satu daerah penyangga Ibukota Negara DKI Jakarta. Posisi Kota Tangerang tersebut menjadikan pertumbuhannya pesat. Pada satu sisi wilayah, Kota Tangerang menjadi daerah limpahan berbagai kegiatan di Ibukota Negara DKI Jakarta. Di sisi lain, Kota Tangerang dapat menjadi daerah kolektor pengembangan wilayah Kabupaten Tangerang sebagai daerah dengan sumber daya alam yang produktif.

Pesatnya pertumbuhan Kota Tangerang dipercepat pula dengan keberadaan Bandara Internasional Soekarno-Hatta yang sebagian arealnya termasuk ke dalam wilayah administrasi Kota Tangerang. Gerbang perhubungan udara Indonesia tersebut telah membuka peluang bagi pengembangan kegiatan perdagangan dan jasa secara luas di Kota Tangerang.

#### **4.1.2 Deskripsi Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang**

Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang merupakan salah satu dinas daerah Kota Tangerang yang memiliki tugas pokok, yaitu membantu walikota melaksanakan sebagian urusan pemerintah daerah di bidang pendapatan, pengelolaan keuangan dan aset, berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan.

Peran atau Fungsi DPKAD adalah:

1. SKPKD (Satuan Kerja Pengelolaan Keuangan Daerah) Kota Tangerang, mengelola pendapatan, belanja dan pembiayaan daerah.

2. BUD (Bendahara Umum Daerah) Kota Tangerang, mengelola kas daerah.
3. Pembantu pengelola aset daerah Kota Tangerang, membantu pengelolaan aset daerah.
4. SKPD Kota Tangerang, mengelola anggaran dilingkungan DPKAD Kota Tangerang.
5. Lainnya, sesuai perintah atau instruksi pimpinan.

DPKAD Kota Tangerang memiliki visi, yaitu: "Menjadikan Lembaga Pengelola Keuangan dan Aset Daerah yang Profesional Berlandaskan Akhlakul Karimah di Tingkat Nasional pada Tahun 2013". Untuk mencapai visi tersebut, maka misi DPKAD Kota Tangerang, yaitu: (1) Meningkatkan pengelolaan pendapatan daerah; (2) Meningkatkan efektifitas dan efisiensi pengelolaan belanja daerah; (3) Meningkatkan efektifitas, efisiensi dan keekonomisan pengelolaan aset daerah; (4) Meningkatkan kompetensi SDM dibidang keuangan dan aset daerah dengan dilandasi kejujuran, keuletan, semangat dan kerja keras; (5) Meningkatkan sistem pengendalian administrasi pengelolaan keuangan daerah; dan (6) Meningkatkan kualitas pelayanan yang bertumpu pada standar pelayanan dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memadai.

DPKAD Kota Tangerang memiliki 130 orang jumlah pegawai dengan tingkat pendidikan yang berbeda-beda, sehingga ditempatkan sesuai dengan pendidikan masing-masing.

**Tabel 4.1**  
**Komposisi Pegawai DPKAD Kota Tangerang**  
**berdasarkan Pangkat/Golongan**

No.	PANGKAT/GOLONGAN	JUMLAH PEGAWAI (orang)	PROSENTASE (%)
1	Pembina Utama Muda/IV.c	1	1
2	Pembina Tk.1/IV.b	1	1
3	Pembina/IV.a	2	2
4	Penata Tk.1 / III.d	9	6
5	Penata/III.c	10	8
6	Penata Muda Tk.1/III.c	14	10
7	Penata Muda/III.a	37	29
8	Pengatur Tk. 1/II.d	1	1
9	Pengatur/II.c	5	4
10	Pengatur Muda Tk.1/II.b	16	13
11	Pengatur Muda/II.a	6	5
12	Juru Tk.1/I.d	1	1
13	Juru/I.c	2	1
14	Juru Muda Tk.1/I.b	2	2
15	Juru Muda/I.a	1	1
16	TKK	3	2
17	Pegawai tidak tetap	19	15
<b>TOTAL</b>		<b>130</b>	<b>100 %</b>

Sumber: DPKAD Kota Tangerang, 2012.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa tingkat kepangkatan/golongan pegawai Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang didominasi oleh pegawai dengan pangkat/golongan Penata Muda/III.a, yaitu sebanyak 37 orang (29%). Pangka/golongan Penata Muda/III.a merupakan pangkat/golongan bagi PNS tamatan S-1 atau sederajat. Dengan demikian, mayoritas pegawai Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang memiliki tingkat pendidikan S-1. Hal ini sesuai dengan tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
**Komposisi Pegawai DPKAD Kota Tangerang**  
**berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	TINGKAT PENDIDIKAN	JUMLAH PEGAWAI (orang)	PROSENTASE (%)
1	S2	15	11
2	S1	73	57
3	D3	5	4
4	SMA	30	24
5	SMP	2	2
6	SD	5	3
<b>TOTAL</b>		<b>130</b>	<b>100%</b>

Sumber: DPKAD Kota Tangerang, 2012.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa pegawai Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang didominasi oleh tingkat pendidikan S-1, yaitu sebanyak 73 orang (57%). Tiap-tiap pegawai ditempatkan pada posisi atau jabatan yang sesuai dengan kemampuannya (pendidikannya).

Adapun susunan organisasi DPKAD Kota Tangerang, yaitu:

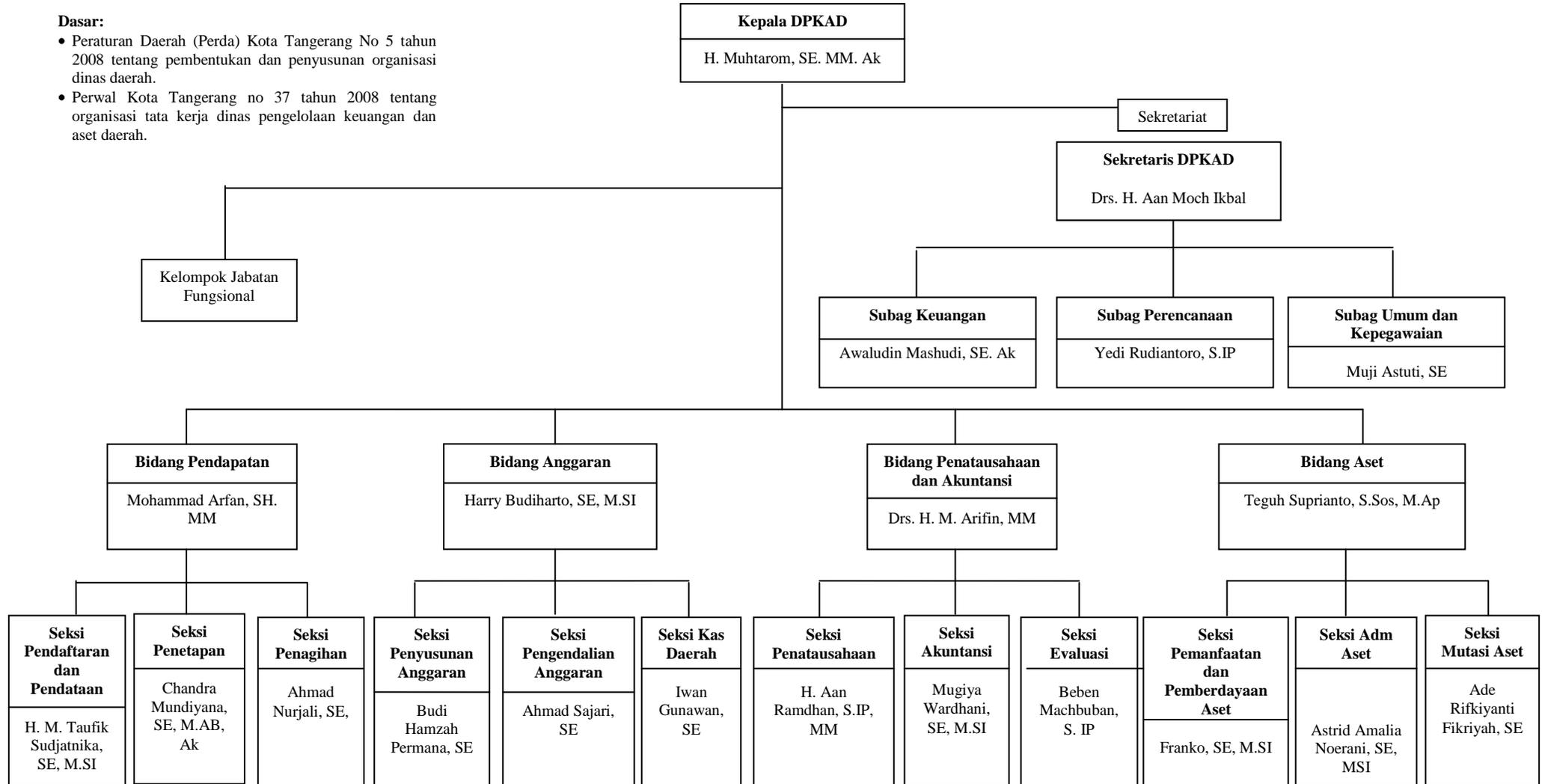
1. Kepala Dinas;
2. Sekretaris, yang membawahkan:
  - a. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian;
  - b. Sub Bagian Keuangan;
  - c. Sub Bagian Perencanaan.
3. Bidang Pendapatan, yang membawahkan:
  - a. Seksi Pendaftaran dan Pendataan;
  - b. Seksi Penetapan;
  - c. Seksi Penagihan.

4. Bidang Anggaran, yang membawahkan:
  - a. Seksi Penyusunan Anggaran;
  - b. Seksi Pengendalian Anggaran;
  - c. Seksi Kas Daerah.
5. Bidang Penatausahaan dan Akuntansi, yang membawahkan:
  - a. Seksi Penatausahaan;
  - b. Seksi Akuntansi;
  - c. Seksi Evaluasi.
6. Bidang Aset, yang membawahkan:
  - a. Seksi Pemanfaatan dan Pemberdayaan Aset;
  - b. Seksi Administrasi Aset;
  - c. Seksi Mutasi Aset.
7. UPTD Pelayanan Pajak Daerah;
8. Kelompok Jabatan Fungsional.

## BAGAN STRUKTUR ORGANISASI Dinas Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang

**Dasar:**

- Peraturan Daerah (Perda) Kota Tangerang No 5 tahun 2008 tentang pembentukan dan penyusunan organisasi dinas daerah.
- Perwal Kota Tangerang no 37 tahun 2008 tentang organisasi tata kerja dinas pengelolaan keuangan dan aset daerah.



## 4.2 Deskripsi Data

Deskripsi data merupakan penjelasan mengenai data yang telah didapatkan dari hasil penelitian lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pengawasan yang efektif menurut Handoko. Teori tersebut menjelaskan bahwa terdapat sepuluh karakteristik pengawasan yang efektif, yaitu: (1) Akurat; (2) Tepat waktu; (3) Obyektif dan menyeluruh; (4) Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik; (5) Realistik secara ekonomis; (6) Realistik secara organisasional; (7) Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi; (8) Fleksibel; (9) Bersifat sebagai petunjuk dan operasional; dan (10) Diterima para anggota organisasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, sehingga data yang diperoleh bersifat deskriptif berbentuk kata dan kalimat dari hasil wawancara, hasil observasi lapangan dan dokumentasi. Pada bab sebelumnya telah dikemukakan bahwa, analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan verifikasi (*conclusions drawing/verifying*).

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah mereduksi data, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya. Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan reduksi data, peneliti memberikan kode pada aspek tertentu, yaitu:

1. Kode Q<sub>1,2,3</sub> dan seterusnya menandakan daftar urutan pertanyaan.
2. Kode I<sub>1,2,3</sub> dan seterusnya menandakan daftar urutan informan.

Langkah selanjutnya adalah melakukan penyajian data (*data display*). Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk teks narasi. Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan (*verification*) setelah data bersifat jenuh, artinya telah ada pengulangan informasi. Maka kesimpulan tersebut dapat dijadikan jawaban atas masalah penelitian.

Selanjutnya, peneliti akan melakukan analisis terhadap efektivitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

### **4.3 Pembahasan**

Pembahasan merupakan isi dari hasil analisis data dan fakta yang peneliti dapatkan di lapangan serta disesuaikan dengan teori yang peneliti gunakan. Peneliti dalam penelitiannya ini menggunakan teori pengawasan yang efektif dari Handoko (2011:373), dimana di dalam teori ini memberikan visualisasi yang berguna atas komponen-komponen penting yang harus dipertimbangkan pimpinan untuk menjamin bahwa pengawasan dapat berjalan dengan efektif. Pengawasan yang efektif menurut Handoko (2011:373) memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) Akurat; (2) Tepat waktu; (3) Obyektif dan menyeluruh; (4) Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik; (5) Realistik secara ekonomis; (6) Realistik secara organisasional; (7) Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi; (8) Fleksibel; (9) Bersifat sebagai petunjuk dan operasional; (10) Diterima para anggota organisasi.

Adapun pembahasan yang dapat peneliti paparkan adalah sebagai berikut:

## **11. Akurat**

Akurat berkaitan dengan informasi tentang pelaksanaan kegiatan harus akurat. Data yang tidak akurat dari sistem pengawasan dapat menyebabkan organisasi mengambil tindakan koreksi yang keliru. Pengawasan reklame harus akurat dalam pelaksanaan kegiatannya, hal ini berkaitan dengan bagaimana kegiatan pengawasan reklame tersebut. Pengawasan reklame di Kota Tangerang dengan melibatkan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset (DPKAD) Kota Tangerang, Dinas Kebersihan dan Pertamana (DKP) Kota Tangerang, dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, dimana pada masing-masing SKPD bentuk-bentuk pengawasannya berbeda-beda. Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang mengemukakan bahwa:<sup>1</sup>

*“Pengawasannya, kita melakukan pendataan ke lapangan khususnya reklame bisa tiap hari kita turun ke lapangan dan apabila kita temukan media reklame yang tidak ada ijinnya maka akan diturunkan.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, bentuk pengawasan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang terhadap pajak reklame adalah melakukan pendataan reklame ke lapangan dan jika di lapangan ada media reklame yang tidak ada ijinnya, maka

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si, Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 14.00-14.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

media reklame tersebut akan diturunkan. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Kepala Seksi Penagihan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang bahwa:<sup>2</sup>

*“Kita mengawasi terhadap reklame yang belum melakukan pembayaran, seperti billboard, papan merek, spanduk, umbul-umbul yang melanggar. Cirinya untuk billboard dia ada stiker pembayaran yang resmi, untuk spanduk dan baliho ada paraf.”*

Dari pernyataan tersebut jelas bahwa bentuk pengawasan reklame oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang adalah pendataan reklame; menurunkan reklame ilegal; mengawasi reklame yang belum melakukan pembayaran, seperti *billboard*, papan merek, spanduk, dan umbul-umbul, dimana media reklame yang sudah dilakukan pembayaran ada cirinya, yaitu untuk *billboard* ada stiker pembayaran yang resmi, untuk spanduk dan baliho ada paraf. Sehingga, wajib pajak reklame yang belum melakukan pembayaran akan ditindaklanjuti dengan surat peringatan sampai batas waktu tertentu, dan jika dalam batas waktu tertentu tidak membayar, maka media reklame akan diturunkan.

Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang mengemukakan bahwa:<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Ahmad Nurjali, SE, Kepala Seksi Penagihan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 14.00-14.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>3</sup> Wawancara dengan Fakhri Wahyudi, Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Jumat, 28 Juni 2013, Jam 08.00-08.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

*“Reklame ada kontribusinya bagi PAD. Pengawasan penataan reklame itu merupakan tupoksi kita. Pengawasan penataa sebenarnya setiap hari kecuali hari minggu kita rutin keliling lapangan ada 2 tim. Minggu pun sebenarnya jalan jika ada perintah langsung.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, pengawasan penataan reklame merupakan salah satu tugas pokok dan fungsi (tupoksi) dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Hal serupa dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang mengemukakan bahwa:<sup>4</sup>

*“Iya, pajak reklame memiliki kontribusi terhadap PAD. Tupoksi kita memang di Pengawasan dan Penataan Kota. Tiap hari kita Jalan turun ke lapangan. Tujuan pengawasan, pertama, penertiban artinya dalam hal kebersihan K3 dalam hal estetika kotanya, kedua untuk peningkatan pajak karena reklame yang dipasang harus memiliki ijin.”*

Dari pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa bentuk pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Kebersihan dan Penataan (DKP) Kota Tangerang adalah dalam hal penataan lokasi reklame agar tidak mengurangi estetika (keindahan) kota.

Kepala Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang mengemukakan bahwa:<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

<sup>5</sup> Wawancara dengan Syaiful Muluk, SE, Kepala Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di Ruang kantor Pol PP Kota Tangerang.

*“Kalau dari kami karena tugas pokok dan fungsinya penegakkan Peraturan Daerah (Perda), sosialisasi mungkin dilakukan oleh SKPD lain mungkin dari BPPMPT ataupun DPKAD.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, bentuk pengawasan reklame yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) adalah mengeksekusi, artinya menurunkan reklame-reklame ilegal (tidak memiliki ijin) dan reklame yang menunggak pembayarannya. Dalam hal ini, Satpol PP bertugas dalam penegakan Peraturan Daerah (Perda), yaitu Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah.

Dalam hal adanya pengawasan reklame di Kota Tangerang, wajib pajak reklame harus mengetahui tentang adanya pengawasan pajak reklame. Salah satu wajib pajak reklame mengemukakan bahwa:<sup>6</sup>

*“Iya, saya mengetahui adanya pengawasan reklame. Sumber informasinya saya tidak tahu, yang jelas pengawasannya itu ada.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat diketahui bahwa wajib pajak reklame tersebut hanya sekedar mengetahui adanya pengawasan reklame, akan tetapi tidak mengetahui secara menyeluruh mengenai informasi pengawasan reklame. Keakuratan informasi tentang pengawasan reklame harus diketahui oleh wajib pajak reklame agar terdapat kerja sama yang baik antara wajib pajak reklame dengan SKPD terkait dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang. Wajib pajak reklame yang mengetahui informasi yang akurat akan meminimalisir adanya reklame-reklame ilegal.

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ali Pong, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 10.30-10.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

Informasi mengenai adanya pengawasan reklame belum banyak diketahui oleh masyarakat. Seperti dikemukakan oleh tokoh masyarakat di Kota Tangerang berikut:<sup>7</sup>

*“Di era seperti ini, keberadaan reklame sangat dibutuhkan khususnya bagi perusahaan-perusahaan maupun masyarakat yang ingin mempromosikan barang atau jasa mereka. Untuk pajak reklame sendiri, saya rasa ini akan menjadi masukan yang bagus untuk daerah apabila bisa dikelola dengan baik. Setahu saya, karena untuk pajak ini prosesnya ada di DPKAD, ya saya rasa pasti ada pengawasan yang dilakukan dari pihak DPKAD.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat diketahui bahwa masyarakat hanya sekedar mengetahui adanya pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang karena proses pajak tersebut dilakukan di DPKAD Kota Tangerang. Hal ini berarti bahwa masyarakat belum mengetahui mengenai peran Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang dalam pengawasan reklame Kota Tangerang.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan salah satu tokoh masyarakat disana :<sup>8</sup>

*“Keberadaan reklame penting untuk mengiklankan atau memberitahu kepada masyarakat tentang usaha yang sedang buat.dan untuk pengawasannya sendiri Saya tidak begitu mengetahui secara pasti, tapi pasti ada.*

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan H. Abdul Ghani Tokoh Masyarakat Kota Tangerang. Rabu, 10 Juli 2013, Jam 15.00-15.15 WIB di rumah warga Kota Tangerang.

<sup>8</sup> Wawancara dengan Nahravi, S.Sos Tokoh Masyarakat Kota Tangerang. Kamis, 17 Oktober 2013, Jam 11.00-11.15 WIB di rumah warga Kota Tangerang.

Hal ini wajar dikarenakan masyarakat tidak dilibatkan dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang. Sebagaimana dikemukakan oleh Kepala Seksi Penetapan DPKAD Kota Tangerang. Beliau mengatakan bahwa:<sup>9</sup>

*"Yang terlibat langsung itu BPPMPT, DKP dalam penataan lokasi reklame dan Satpol PP dilibatkan dalam proses penegakan Peraturan Daerah (Perda). Masyarakat secara langsung tidak dilibatkan dan ada LSM juga yang mengawasi.*

Dari pernyataan tersebut, jelas bahwa masyarakat tidak dilibatkan secara langsung dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang. Peran serta masyarakat diperlukan dalam proses pembangunan daerah agar terjadi komunikasi yang baik antara pemerintah daerah dengan masyarakat, begitu pun halnya dengan pengawasan reklame di Kota Tangerang. Peran serta dan kerja sama masyarakat dibutuhkan dalam mengawasi reklame-reklame di Kota Tangerang, dengan cara melapor jika ada pemasangan reklame ilegal. Namun hal ini sepertinya sulit diharapkan karena masyarakat sendiri tidak tahu mana reklame yang ilegal dan mana reklame yang legal.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, pemahaman konsep pengawasan terkait pajak reklame di Kota Tangerang dibedakan menurut tugas pokok dan fungsi (tupoksi) dinas-dinas terkait. Konsep pengawasan dalam hal pengawasan pajak reklame merupakan konsep pengawasan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD)

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Chandra Mundiyan, SE., M.AB., Ak, Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Kamis, 30 Mei 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Kota Tangerang. Konsep pengawasan dalam hal pengawasan penataan reklame merupakan konsep pengawasan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Konsep pengawasan dalam hal penegakan Peraturan Daerah (Perda), yaitu Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah merupakan konsep pengawasan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Sedangkan, konsep pengawasan dalam hal pengawasan perijinan pajak reklame merupakan konsep pengawasan Badan Pelayanan Penanaman Modal dan Perijinan Terpadu (BPPMPT) Kota Tangerang.

Dapat dilihat bahwa dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang pertama, yaitu akurat, koordinasi masing-masing SKPD dalam hal akurasi, yaitu yang berkaitan dengan keakuratan informasi tentang pelaksanaan kegiatan pengawasan adalah dengan adanya operasi gabungan, dimana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang bersama-sama turun ke lapangan untuk pengawasan reklame di Kota Tangerang. Operasi gabungan tersebut dilakukan rutin sebulan sekali atau dua bulan sekali.

## **12. Tepat waktu**

Tepat waktu berkaitan dengan informasi harus dikumpulkan, disampaikan dan dievaluasi secepatnya bila kegiatan perbaikan harus

dilakukan segera. Berkaitan dengan hal ini, pengawasan reklame di Kota Tangerang akan efektif apabila dilakukan secara rutin karena hasilnya harus segera disampaikan dan dievaluasi untuk melihat sejauh mana tingkat keberhasilan pengawasan tersebut.

Pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang bersama-sama dengan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang dalam penyelenggaraannya telah dilakukan secara rutin. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>10</sup>

*“Bisa tiap hari, kadang sabtu minggu kita bisa ke lapangan juga karena banyak yang memasang reklame nakal.”*

Berdasarkan pernyataan diatas dapat diketahui bahwa pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dilakukan setiap hari, dari hari Senin hingga Minggu. Hal ini dikarenakan banyaknya pemasangan reklame-reklame ilegal. Hal ini juga dikemukakan oleh Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si, Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 14.00-14.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>11</sup> Wawancara dengan Chandra Mundiyan, SE., M.AB., Ak, Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Kamis, 30 Mei 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

*“Kita rutin, tidak hanya seminggu tapi hampir setiap hari dilakukan pengawasan. Iya, ada laporan hasil pengawasannya.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, pengawasan reklame di Kota Tangerang dilakukan setiap hari dan dibuat laporan hasil pengawasannya. Hal ini sesuai dengan arti tepat waktu, yaitu informasi dikumpulkan, disampaikan, dan dievaluasi secepatnya.

Hal yang serupa dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>12</sup>

*“Seminggu melakukan operasi reklame hampir tiap hari. Dari hasil operasi reklame, kita data yang tidak bayar kemudian kita turunkan yang menunggak, yang tidak ada validasi, maupun tanda tangan pimpinan.”*

Dari pernyataan tersebut, pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dilakukan setiap hari dengan mendata reklame yang menunggak dan menurunkan reklame yang menunggak tersebut dan reklame ilegal (tidak ada validasi), kemudian dilaporkan kepada pimpinan. Berikut tabel 4.3 merupakan laporan pengawasan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang per 31 Agustus 2013:

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Ahmad Zakie A, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 11.00-11.30 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

**Tabel 4.3**  
**Rekapitulasi Data Pemasangan Reklame Tanpa Ijin di Kota Tangerang**  
**Per 31 Agustus 2013**

No.	JENIS REKLAME	JUMLAH WP (orang)	JUMLAH REKLAME (buah)
<b>1</b>	<b>SPANDUK</b>		
1	Bidang PL	49	357
2	UPTD Wilayah Barat	51	231
3	UPTD Wilayah Timur	26	208
<b>2</b>	<b>UMBUL-UMBUL</b>		
1	Bidang PL	7	77
2	UPTD Wilayah Barat	18	116
3	UPTD Wilayah Timur	2	21
<b>3</b>	<b>BALIHO</b>		
1	Bidang PL	4	7
2	UPTD Wilayah Barat	13	13
3	UPTD Wilayah Timur	1	10
<b>TOTAL</b>			
1	Bidang PL	60	441
2	UPTD Wilayah Barat	82	360
3	UPTD Wilayah Timur	29	239
<b>TOTAL KESELURUHAN</b>		<b>171</b>	<b>1.040</b>

Sumber: DPKAD Kota Tangerang, 2013.

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut, dapat dilihat bahwa per 31 Agustus 2013, jumlah reklame ilegal di Kota Tangerang adalah 1.040 buah reklame dengan jumlah wajib pajak yang melanggar sebanyak 171 orang. Adapun jenis reklame ilegal yang mendominasi adalah spanduk dengan jumlah 790 buah reklame dengan wajib pajak sebanyak 126 orang. Laporan pengawasan selanjutnya dijadikan bahan evaluasi bagi pembuatan rencana dan pelaksanaan kegiatan pengawasan di masa yang akan datang.

Pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang juga dilakukan setiap hari, sama halnya dengan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD)

Kota Tangerang. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>13</sup>

*“Tiap hari jalan turun ke lapangan. Ada pencatatan tentang hasil pengawasan.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, pengawasan reklame di Kota Tangerang oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang juga dilakukan setiap hari dan dilakukan pencatatan tentang hasil pengawasan. Hal serupa dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>14</sup>

*“Rutin, sebenarnya setiap hari kecuali hari minggu kita rutin keliling lapangan ada 2 tim. Minggu pun sebenarnya jalan jika ada perintah langsung. Setiap minggu kita laporan ke Pak Walikota.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, laporan hasil pengawasan reklame dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang langsung dilaporkan kepada Walikota Tangerang. Hal ini tentunya sangat baik agar segera dievaluasi dan dijadikan *feedback* untuk kebijakan selanjutnya.

Sedangkan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang tugasnya melakukan penegakan Peraturan Daerah Mereka akan melakukan penertiban apabila ada informasi mengenai reklame ilegal oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang.

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Fakhri Wahyudi, Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Jumat, 28 Juni 2013, Jam 08.00-08.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

<sup>14</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

Berdasarkan pernyataan diatas, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang melakukan penertiban reklame berdasarkan hasil informasi dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang.

Berkaitan dengan waktu pelaksanaan pengawasan reklame di Kota Tangerang, wajib pajak reklame tidak cukup mengetahui kapan dilakukannya pengawasan reklame. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh salah satu wajib pajak reklame Kota Tangerang dengan ragu-ragu, bahwa:<sup>15</sup>

*“Kayanya rutin hampir setiap hari.”*

Hal serupa juga dikemukakan oleh salah satu wajib pajak reklame Kota Tangerang dengan ragu-ragu, bahwa:<sup>16</sup>

*“Sepertinya rutin dan jamnya dalam satu hari bisa acak.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, wajib pajak reklame belum cukup mengetahui informasi tentang waktu pelaksanaan pengawasan reklame di Kota Tangerang. Belum cukup mengetahuinya wajib pajak terhadap informasi mengenai waktu pelaksanaan pengawasan reklame yang dilakukan oleh dinas-dinas terkait dikarenakan mereka ragu-ragu dalam menjawab pertanyaan peneliti.

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Hendra G, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 09.30-09.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

<sup>16</sup> Wawancara dengan Ali Pong, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 10.30-10.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

Adapun jadwal pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang adalah sama setiap hari. Selain itu, ada operasi gabungan yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Hal ini mengindikasikan bahwa koordinasi diantara SKPD tersebut sudah baik dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang.

Berdasarkan observasi peneliti, pengawasan reklame ke lapangan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, dilakukan secara rutin, yaitu lima belas kali dalam satu bulan atau tiga sampai empat kali dalam seminggu. Sedangkan, operasi gabungan dilakukan secara rutin, yaitu satu kali dalam sebulan.

Dapat dilihat bahwa dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang kedua, yaitu tepat waktu, pengawasan reklame oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dilakukan secara rutin dan ada operasi gabungan yang melibatkan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Selanjutnya, informasi hasil pengawasan dikumpulkan dalam bentuk laporan pengawasan yang

kemudian disampaikan kepada pimpinan sebagai bahan evaluasi kebijakan selanjutnya.

### **13. Obyektif dan menyeluruh**

Obyektif dan menyeluruh, artinya informasi harus mudah dipahami dan bersifat obyektif secara lengkap. Pajak reklame merupakan salah satu sumber penerimaan daerah dari sektor pajak, sehingga perlu disosialisasikan kepada wajib pajak pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya mengenai pajak reklame, terutama yang berkaitan dengan pengawasan reklame di Kota Tangerang.

Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang melakukan sosialisasi mengenai pajak reklame kepada masyarakat melalui media reklame (secara tidak langsung). Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>17</sup>

*“Sosialisasi terhadap masyarakat ada, baliho besar di perempatan jalan tentang pajak reklame. Sosialisasinya berupa baliho dan spanduk.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, sosialisasi mengenai pajak reklame, khususnya mengenai pengawasan reklame kepada masyarakat dilakukan melalui media reklame, yaitu baliho dan spanduk tentang pajak reklame yang dipasang di perempatan jalan. Sosialisasi melalui media reklame

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si, Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 08.30-08.45 di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

tersebut lebih mudah dilakukan karena masyarakat banyak yang melewati jalan-jalan raya, sehingga baliho dan spanduk tersebut akan menjadi perhatian masyarakat.

Selain sosialisasi melalui media reklame, Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang juga memberikan sosialisasi kepada wajib pajak reklame. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>18</sup>

*“Sosialisasi ada biasanya dilakukan ketika proses pendataan di lapangan karena reklame ini tidak seperti pajak restoran yang pemiliknya ada di situ, kalau reklame pemiliknya tidak di lokasi biasanya kami memberitahukan melalui media reklame atau billboard kalau belum melakukan perijinan akan kita tindak.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, sosialisasi Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang mengenai perijinan pajak reklame kepada wajib pajak reklame dilakukan pada saat pendataan di lapangan dan menggunakan media reklame seperti *billboard* karena tidak semua wajib pajak reklame ada di lokasi saat pendataan di lapangan. Hal serupa dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>19</sup>

*“Kita berupaya kepada WP memberikan pengertian agar mereka itu tertib dalam melakukan pembayaran reklame. Kalau untuk menyeluruh memang belum maksimal karena kita butuh proses, makanya untuk sempurna kita libatkan instansi lain supaya operasi menyeluruh itu dapat terlaksana dengan baik.”*

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Chandra Mundiyan, SE., M.AB., Ak, Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Kamis, 30 Mei 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>19</sup> Wawancara dengan Ahmad Zakie A, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 11.00-11.30 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Berdasarkan pernyataan diatas, sosialisasi kepada wajib pajak reklame lebih kepada pengarahan dan memberikan pengertian kepada wajib pajak reklame agar tertib dalam melakukan pembayaran reklame. Adapun pengawasan reklame di Kota Tangerang belum menyeluruh karena belum maksimal, sehingga dilibatkan instansi-instansi lain, seperti Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang agar pengawasan dapat menyeluruh dan terlaksana dengan efektif.

Berbeda dengan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang yang tidak melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan wajib pajak reklame mengenai pajak reklame. Hal tersebut seperti dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>20</sup>

*“Karena target kita bukan masyarakat, target kita adalah pengusaha-pengusaha sehingga sosialisasi dari DKP itu tidak ada. Kalau menyeluruh berdasarkan jenis reklame sudah. Tapi kalau menyeluruh secara wilayah belum karena keterbatasan petugas dan peralatan.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, tidak ada sosialisasi mengenai pajak reklame oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota

---

<sup>20</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

Tangerang. Adapun pengawasan reklame yang dilakukan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang sudah menyeluruh berdasarkan jenis reklame. Akan tetapi, secara wilayah belum menyeluruh karena keterbatasan petugas dan peralatan.

Sama halnya dengan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang juga tidak melakukan sosialisasi mengenai pajak reklame kepada masyarakat maupun wajib pajak reklame. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Laporan dan Pemantuan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>21</sup>

*“Kalau dari kami karena tugas pokok dan fungsinya penegakkan Peraturan Daerah (Perda), sosialisasi mungkin dilakukan oleh SKPD lain, mungkin dari BPPMPT ataupun DPKAD.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang tidak melakukan sosialisasi mengenai pajak reklame kepada masyarakat dan wajib pajak reklame karena tugas pokok dan fungsi Satpol PP Kota Tangerang adalah penegakkan Peraturan Daerah (Perda). Sosialisasi mengenai pajak reklame hanya dilakukan oleh DPKAD Kota Tangerang.

Wajib pajak reklame tidak merasa pernah mendapat sosialisasi dari DPKAD Kota Tangerang mengenai pajak reklame, akan tetapi hanya

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Jajang Teja, Kepala Seksi Laporan dan Pemantauan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Senin, 08 Juli 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor Satpol PP Kota Tangerang.

sebatas pemberitahuan saja mengenai perijinan dan pembayaran reklame.

Hal ini dikemukakan oleh salah satu wajib pajak reklame, bahwa:<sup>22</sup>

*“Kalau reklame ngga, cuma pemberitahuan saja.”*

Hal serupa dikemukakan oleh salah satu wajib pajak, bahwa:

*“Karena kami orang Jakarta, kami tidak tahu mengenai sosialisasi yang dilakukan.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, tidak semua wajib pajak reklame mengetahui sosialisasi dan pemberitahuan atau pengarahan mengenai pajak reklame. Hal ini dikarenakan tidak semua wajib pajak reklame ada di lokasi pada saat pendataan reklame. Sama halnya dengan wajib pajak reklame, masyarakat pun tidak semua mengetahui sosialisasi pajak reklame. Hal ini dikemukakan oleh salah satu tokoh masyarakat di Kota Tangerang, bahwa:

*“Sosialisasi saya tidak tahu. Menyeluruh atau tidaknya, saya tidak tahu karena memang kita sebagai masyarakat tidak dilibatkan.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, informasi mengenai pajak reklame, terutama yang berkaitan dengan pengawasan reklame di Kota Tangerang belum menyeluruh. Masyarakat tidak tahu mengenai informasi tersebut, seperti tidak mengetahui sosialisasi mengenai pajak reklame. Hal tersebut dikarenakan masyarakat tidak dilibatkan dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang.

---

<sup>22</sup> Wawancara dengan Hendra G, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 09.30-09.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

Berdasarkan observasi peneliti, sosialisasi mengenai pajak reklame melalui media reklame masih kurang efektif dikarenakan media reklame untuk sosialisasi jumlahnya masih sangat minim, bahkan sekarang peneliti tidak menemukan ada media reklame untuk sosialisasi pajak reklame. Hal tersebut yang menyebabkan masyarakat (informan) tidak mengetahui adanya sosialisasi pajak reklame di media reklame, seperti spanduk dan baliho.

Dapat dilihat bahwa dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang ketiga, yaitu obyektif dan menyeluruh, ada instansi yang melakukan sosialisasi mengenai pajak reklame, terutama yang berkaitan dengan pengawasan pajak reklame dan ada instansi yang tidak melakukan sosialisasi. Instansi yang melakukan sosialisasi adalah Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang melalui media reklame (spanduk dan baliho) dan sosialisasi kepada wajib pajak reklame pada saat pendataan di lapangan karena salah satu tugas pokok dan fungsi (tupoksi) Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang adalah sosialisasi pajak reklame.

Sedangkan, instansi yang tidak melakukan sosialisasi adalah Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang karena tugas pokok dan fungsi (tupoksi) Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang adalah hanya dalam hal pengawasan penataan reklame, sedangkan tugas

pokok dan fungsi (tupoksi) Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang adalah hanya dalam hal penegakkan Peraturan Daerah (Perda).

#### **14. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik**

Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik, artinya sistem pengawasan harus memusatkan perhatian pada bidang-bidang dimana penyimpangan-penyimpangan dari standar paling sering terjadi. Pengawasan reklame dilakukan untuk meminimalisir terjadinya penyimpangan-penyimpangan dari penyelenggaraan reklame, salah satunya dengan memberlakukan sanksi yang tegas. Untuk itu, pengawasan reklame dipusatkan pada lokasi-lokasi tertentu yang sering terjadi penyimpangan terhadap pajak reklame.

Mengenai hal ini, Kepala Seksi Penagihan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang mengatakan bahwa:<sup>23</sup>

*“Dilakukan ke seluruh Kota Tangerang. Sanksi hanya penurunan, tidak ada sanksi pidana selama ini.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, pengawasan reklame di Kota Tangerang dibawah Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dilakukan ke seluruh Kota Tangerang. Adapun sanksi terhadap penyimpangan yang terjadi hanya penertiban reklame, yaitu penurunan reklame.

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Ahmad Nurjali, SE, Kepala Seksi Penagihan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 14.00-14.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Pengawasan dilakukan secara menyeluruh dibagi ke dalam tiga wilayah, yaitu Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Barat, UPTD Tengah, dan UPTD Timur. Pembagian wilayah pengawasan ini untuk mempermudah pengawasan dikarenakan luasnya wilayah Kota Tangerang. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>24</sup>

*“Dilakukan ke seluruh Kota Tangerang. Pengawasan menyeluruh cuma karena ada keterbatasan sumber daya. Kita bergilir karena dibagi ke 3 wilayah ada UPTD timur, barat, dan tengah. Sanksinya penertiban medianya.”*

Lebih jelasnya, titik-titik pengawasan reklame di Kota Tangerang dikemukakan oleh Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>25</sup>

*“Kita tidak hanya di jalan-jalan primer atau sekunder. Kita masuk ke pelosok-pelosok yang memang menurut catatan kita daerah itu banyak pemasangan reklame. Bahkan ke perbatasan wilayah kita awasi. Sanksi untuk sementara kita turunkan, jenis kain kita turunkan dan billboard kita gergaji.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, pengawasan reklame yang dilakukan secara menyeluruh di Kota Tangerang tersebut dilakukan ke jalan-jalan primer, jalan-jalan sekunder, ke daerah-daerah pelosok yang banyak terdapat pemasangan reklame, bahkan ke perbatasan wilayah Kota

---

<sup>24</sup> Wawancara dengan Chandra Mundiyan, SE., M.AB., Ak, Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Kamis, 30 Mei 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>25</sup> Wawancara dengan H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si, Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 08.30-08.45 di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Tangerang. Sanksi terhadap penyimpangan tersebut adalah penurunan reklame. Mengenai sanksi terhadap penyimpangan penyelenggaraan reklame, Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang mengatakan bahwa:<sup>26</sup>

*“Untuk sanksi yang terberat sampai pemanggilan kadang dilakukan oleh pimpinan kita, yang tidak bayar didata kemudian kita panggil melalui surat, mereka datang kemudian kita berikan teguran dan lain sebagainya.”*

Sanksi terberat yang diberlakukan terhadap penyimpangan penyelenggaraan reklame oleh wajib pajak adalah hanya dengan teguran dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang setelah memberikan surat panggilan kepada wajib pajak. Sementara tidak ada sanksi hukum. Seperti yang dikemukakan oleh Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>27</sup>

*“Sebenarnya DKP menyediakan tempat-tempat untuk memasang spanduk, diluar itu walaupun ada ijin tetap kita copot atau kita turunkan. Kita hanya mencopot reklame dan itu tugasnya Satpol PP. Tidak ada sanksi hukum.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, sanksi hukum bagi wajib pajak yang melanggar oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang adalah mencopot atau menurunkan reklame dengan dibantu

---

<sup>26</sup> Wawancara dengan Ahmad Zakie A, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Senin, 01 Juli 2013, Jam 11.00-11.30 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>27</sup> Wawancara dengan Fakhri Wahyudi, Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, Jumat, 28 Juni 2013, Jam 08.00-08.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Adapun reklame-reklame yang diturunkan adalah reklame, baik reklame legal maupun ilegal yang dipasang di tempat-tempat yang tidak disediakan oleh DKP Kota Tangerang.

Pengawasan yang dilakukan oleh DKP Kota Tangerang hanya terbatas di jalan-jalan protokol Kota Tangerang karena keterbatasan jumlah petugas DKP Kota Tangerang sehingga pengawasan reklame belum menyeluruh. Dalam hal ini, DKP Kota Tangerang dibantu oleh Satpol PP Kecamatan. Akan tetapi, Satpol PP Kecamatan juga ada yang aktif dan tidak aktif sehingga pengawasan tidak bisa secara menyeluruh. Hal ini dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>28</sup>

*“Sementara ini hanya di jalan-jalan protokol, karena ruas jalan yang harus diawasi sangat banyak sementara petugas kita terbatas, sehingga kita tidak bisa secara menyeluruh. Tetapi dalam hal ini kita dibantu trantibnya dari Satpol PP kecamatan. Trantib dari kecamatan juga ada yang aktif ada juga yang tidak. Masyarakat tidak terlibat pengawasan. Kita potong reklamanya, tidak ada sanksi hukum.”*

Pengawasan reklame yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang dilakukan dengan penertiban menyeluruh untuk reklame ilegal saja. Hal ini dikemukakan oleh Kepala

---

<sup>28</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>29</sup>

*“Kita melakukan penertiban menyeluruh. Tentu sanksi untuk yang illegal saja.”*

Adapun untuk penertiban reklame yang dilakukan Satpol PP Kota Tangerang diperintahkan melalui surat permohonan dari pihak DPKAD Kota Tangerang atau BPPMPT Kota Tangerang yang disampaikan kepada Satpol PP Kota Tangerang. Hal ini berdasarkan penjelasan dari Kepala Seksi Laporan dan Pemantuan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>30</sup>

*“Terkait nanti surat permohonan penertiban yang disampaikan dari DPKAD maupun BPPMPT ke Satuan Polisi Pamong Praja.”*

Pernyataan diatas menunjukkan adanya alur koordinasi yang baik antara DPKAD Kota Tangerang dan BPPMPT Kota Tangerang kepada Satpol PP Kota Tangerang dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang dengan melakukan penertiban reklame-reklame yang menyimpang dari aturan.

Lokasi penetapan pemasangan reklame ditentukan oleh Badan Pelayanan Penanaman Modal dan Perijinan Terpadu (BPPPT) Kota

---

<sup>29</sup> Wawancara dengan Syaiful Muluk, SE, Kepala Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di Ruang kantor Pol PP Kota Tangerang.

<sup>30</sup> Wawancara dengan Jajang Teja, Kepala Seksi Laporan dan Pemantauan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Senin, 08 Juli 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor Satpol PP Kota Tangerang.

Tangerang. Hal ini dikemukakan oleh salah satu wajib pajak reklame Kota Tangerang, bahwa:<sup>31</sup>

*“Di jalan. Lokasi, pihak BPPMPT yang menentukan. Kendalanya tidak ada, hanya lokasi saja kurang banyak.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, terdapat kendala wajib pajak reklame dalam pemenuhan kewajiban pajak reklame, yaitu lokasi yang disediakan oleh pihak BPPMPT kurang banyak. Hal ini juga dikemukakan oleh salah satu wajib pajak reklame berikut:<sup>32</sup>

*“Di Setos. Karena tanah sendiri dan lokasi strategis. Kendalanya tidak ada, hanya lokasi saja kurang banyak. Mengenai pemasangan reklame ilegal, sebenarnya kami dari wajib pajak tidak seperti itu. Ini kelihatannya cuma oknum. Sebenarnya pajak tidak mahal, masih terjangkau.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, pemasangan reklame ilegal menurut wajib pajak reklame dilakukan oleh oknum, bukan oleh wajib pajak reklame itu sendiri. Hal ini karena biaya pajak masih terjangkau sehingga seharusnya tidak ada reklame ilegal. Menurut salah satu tokoh masyarakat Kota Tangerang, penyebab wajib pajak memasang reklame tidak sesuai dengan prosedur (ilegal) adalah karena malas mengurus prosesnya dari awal hingga akhir. Hal ini dikemukakan bahwa:<sup>33</sup>

*“Mungkin pertama karena malas mengurus prosesnya mulai dari awal sampai pembayaran atau mungkin karena memang mereka tidak ingin membayar pajaknya. Menurut saya, ini menjadi*

---

<sup>31</sup> Wawancara dengan Hendra G, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 09.30-09.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

<sup>32</sup> Wawancara dengan Ali Pong, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 10.30-10.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

<sup>33</sup> Wawancara dengan H. Abdul Ghani, Tokoh Masyarakat Kota Tangerang. Rabu, 10 Juli 2013, Jam 15.00-15.15 WIB di rumah warga Kota Tangerang.

*kerugian bagi daerah. Pastinya pemasukan dari sektor pajak reklame akan berkurang dan untuk keindahan kota sendiri mungkin kurang enak dilihat.”*

Hal senada juga disampaikan tokoh masyarakat lainnya sebagai berikut :<sup>34</sup>

*“Ya mungkin itu cara mereka agar terhindar dari pajak. Hal ini dapat menyebabkan Daerah akan rugi karena pemasukan dari pajak reklame berkurang.*

Penyimpangan atau pelanggaran terhadap pajak reklame tentunya menjadi kerugian bagi daerah karena pajak reklame merupakan sumber penerimaan daerah dari sektor pajak, dimana penerimaan dari sektor pajak akan berkurang. Sementara hasilnya akan digunakan untuk pembangunan, sehingga apabila pengawasan reklame terhambat, maka pembangunan pun akan terhambat.

Berdasarkan observasi peneliti, pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame tidak dikenakan sanksi pidana. Sanksi hanya berupa penertiban reklame, yaitu menurunkan reklame-reklame ilegal. Sedangkan, bagi wajib pajak reklame yang menunggak, Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang mendata wajib pajak-wajib pajak tersebut, kemudian memberikan surat panggilan kepada wajib pajak-wajib pajak tersebut.

Dapat dilihat bahwa dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang keempat, yaitu terpusat pada titik-titik pengawasan strategis, dalam

---

<sup>34</sup> Wawancara dengan Nahrawi, S.Sos Tokoh Masyarakat Kota Tangerang. Kamis, 17 Oktober 2013, Jam 11.00-1115 WIB di rumah warga Kota Tangerang.

hal wilayah, pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dilakukan secara menyeluruh, yaitu dibagi ke dalam tiga wilayah: UPTD Barat, UPTD Tengah, dan UPTD Timur. Pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang hanya terbatas di jalan-jalan protokol Kota Tangerang. Sedangkan, pengawasan reklame yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang diperintahkan melalui surat permohonan dari pihak Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Dalam hal sanksi, Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang memberikan sanksi dalam bentuk surat panggilan kepada wajib pajak berupa teguran dan penurunan reklame. Sanksi yang diberikan oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang adalah penurunan reklame dengan dibantu oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang.

Dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang keempat ini, yaitu terpusat pada titik-titik pengawasan strategik, dapat dilihat bahwa pengawasan reklame yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang menggunakan strategi yang sesuai standar, yaitu dalam hal ketepatan waktu pembayaran reklame dan ketepatan lokasi pemasangan reklame. Ketidaktepatan waktu pembayaran reklame dan

ketidaktepatan lokasi pemasangan reklame akan ditindak oleh instansi-instansi yang bersangkutan.

#### **15. Realistik secara ekonomis**

Realistik secara ekonomis berkaitan dengan biaya pelaksanaan sistem pengawasan harus lebih rendah atau paling tidak sama dengan kegunaan yang diperoleh dari sistem tersebut. Salah satu unsur keberhasilan pengawasan adalah ketersediaan biaya yang memadai. Apabila terdapat keterbatasan biaya, maka pengawasan akan terhambat. Adapun sumber pembiayaan untuk pengawasan reklame di Kota Tangerang adalah dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Tangerang. Hal ini dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>35</sup>

*“Ada, dari APBD.”*

Hal serupa mengenai sumber pembiayaan pengawasan reklame di Kota Tangerang juga dikemukakan oleh Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>36</sup>

*“Pembiayaan pengawasan reklame di Kota Tangerang bersumber dari APBD.”*

---

<sup>35</sup> Wawancara dengan Fajar Ahmad, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Senin, 01 Juli 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>36</sup> Wawancara dengan H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si, Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Rabu, 29 Mei 2013, Jam 08.30-08.45 di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Realistik secara ekonomi juga berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan dengan pencapaian target atau realisasi. Realistik secara ekonomis bagi wajib pajak reklame berkaitan dengan kesesuaian penetapan tarif pajak reklame. Adapun besarnya tarif pajak reklame di Kota Tangerang ditunjukkan oleh tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Tarif Dasar Pajak Reklame di Kota Tangerang**

No	Jenis Reklame	Kaw Bandara/ Tol	Arteri Primer	Arteri Sekunder	Lingk (Indor) Kec Bandara	Tarif	Masa
1	Billboard/JP O/Bando	550.000	500.000	450.000	400.000		M <sup>2</sup> /Tahun
2	Billboard	400.000	350.000	300.000	250.000		M <sup>2</sup> /Tahun
3	Papan Nama	150.000	100.000	95.000	90.000		M <sup>2</sup> /Tahun
	Papan Merk						
4	Neon Sign Neon Box Tin Plate	275.000	250.000	225.000	200.000		M <sup>2</sup> /Tahun
5	Megatron/Videotron					5.000.000	M <sup>2</sup> /Tahun
6	Baliho/Banner					35.000	M <sup>2</sup> /Minggu
7	Spanduk/Umbul-umbul					12.000	M <sup>2</sup> /Minggu
8	Selebaran/Pamflet					23.750	Per-mil
9	Kendaraan					85.000	M <sup>2</sup> /Tahun

10	Balon Udara	700.000	Sat/Minggu
11	Reklame Suara (Kendaraan Reklame)	125.000	1 x Penyelenggara n
12	Slide Film	18.750	1 x Tayang
13	Peragaan	23.750	1 x Peragaan

---

Sumber : DPKAD Kota Tangerang, 2012.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, tarif pajak reklame di Kota Tangerang masih dapat terjangkau oleh wajib pajak reklame. Menurut wajib pajak reklame, tarif dasar pajak reklame di Kota Tangerang sudah sesuai dengan kemampuan wajib pajak reklame dan seharusnya dengan biaya yang terjangkau ini tidak ada reklame ilegal. Hal ini dikemukakan oleh satu wajib pajak Kota Tangerang, bahwa:<sup>37</sup>

*“Menurut saya sudah sesuai.”*

Adapun salah satu wajib pajak reklame mengaku menerima saja tarif yang dikenakan terhadap reklame mereka karena sudah merupakan aturan dan harus ditaati, seperti yang dikemukakannya bahwa:<sup>38</sup>

*“Sesuai ngga sesuai kan mereka yang membuat aturan, ya kita terima saja.”*

Dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang kelima, yaitu realistik secara ekonomis, dapat dilihat dari pengawas, yaitu instansi-

---

<sup>37</sup> Wawancara dengan Ali Pong, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 10.30-10.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

<sup>38</sup> Wawancara dengan Hendra G, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 09.30-09.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

instansi terkait dan yang diawasi, yaitu wajib pajak reklame. Tarif pajak reklame ditentukan berdasarkan peraturan yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Wajib pajak reklame menerima tarif yang dikenakan karena sudah merupakan aturan dan besarnya tarif masih terjangkau.

#### **16. Realistik secara organisasional**

Realistik secara organisasional, artinya sistem pengawasan harus cocok atau harmonis dengan kenyataan organisasi. Kenyataan organisasi berhubungan dengan kemampuan organisasi dalam melakukan pengawasan reklame tersebut, seperti adanya sarana dan prasarana yang memadai dan menunjang penyelenggaraan pajak reklame di Kota Tangerang.

Sarana berupa mobil truk hidrolik yang dimiliki oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dalam penyelenggaraan pengawasan reklame di Kota Tangerang belum memadai, terutama dalam menunjang operasi reklame. Hal ini dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>39</sup>

*“Sarana untuk menunjang kita punya 2 bahkan 3 sampai 4. Yang hidrolik 1. Kalau dibilang sarana sudah memadai itu sangat belum*

---

<sup>39</sup> Wawancara dengan Ahmad Zakie A, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 11.00-11.30 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

*karena kita masih banyak kekurangan sarana-sarana yang perlu dalam menunjang operasi reklame.”*

Adapun sarana yang dimiliki oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang adalah kamera dan dua buah mobil operasional, yaitu satu buah truk bak terbuka dan satu buah truk hidrolik. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>40</sup>

*“Sarana dalam melakukan pengawasan sudah cukup. 2 buah truk, 1 truk bak terbuka dan 1 lagi truk yang ada hidroliknya.”*

Belum memadainya sarana pengawasan reklame yang dimiliki oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang tersebut tidak dijadikan hambatan dalam pengawasan reklame di lapangan. Hal ini karena Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dibantu oleh instansi-instansi lain, yaitu Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Hal ini seperti dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>41</sup>

*“Kamera dan mobil operasional. Sudah memadai karena kita juga dibantu dinas lain, seperti Satpol PP.”*

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si, Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 08.30-08.45 di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>41</sup> Wawancara dengan Fajar Ahmad, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Sarana yang dimiliki Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, yaitu dua buah mobil operasional dan peralatan penunjang seperti *cutter* dan gergaji. Sarana tersebut masih belum memadai bagi pengawasan reklame. Hal ini dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>42</sup>

*“Kita punya 2 kendaraan mobil dilengkapi dengan peralatan menunjang seperti cutter dan gergaji kecuali mesin las kita belum punya. Masih belum memadai”.*

Adapun dua buah mobil operasional yang dimiliki Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dibagi menjadi dua tim, yaitu tim barat dan tim timur, dimana dalam satu tim terdapat tujuh orang petugas pengawasan. Tim barat melakukan pengawasan reklame di wilayah barat yang mencakup Jatiuwung, Benda, Neglasari, dan Karawaci. Sedangkan, tim timur melakukan pengawasan reklame di wilayah timur yang mencakup Cipondoh, Pinang, Larangan, dan Karang Tengah. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>43</sup>

*“Kita punya 2 kendaraan mobil, kita bagi 2 tim barat dan timur. Satu tim itu ada 7 personil. Wilayah barat mencakup Jatiuwung, Benda, Neglasari, Karawaci. Sedangkan, wilayah timur mencakup Cipondoh, Pinang, Larangan, dan Karang Tengah. Untuk sementara sudah memadai.”*

---

<sup>42</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

<sup>43</sup> Wawancara dengan Fakhri Wahyudi, Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Jumat, 28 Juni 2013, Jam 08.00-08.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

Pembagian dua tim pengawasan dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dalam dua wilayah, yaitu wilayah barat dan timur Kota Tangerang dimaksudkan untuk memudahkan dan mengefisienkan pengawasan reklame di Kota Tangerang. Hal ini karena luasnya wilayah Kota Tangerang.

Adapun sarana yang dimiliki oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang untuk membantu pengawasan paja reklame di Kota Tangerang, yaitu dua buah mobil operasional (satu buah mobil jenset), dan tiga buah *cutter* pemotong besi/beton.

*“Mobil operasional ada 2, terus untuk yang jenset ada 1 buah, cutting pemotong besi/beton ada 3 buah. Untuk saat ini mencukupi. Sampai saat ini Alhamdulillah tidak ada masalah karena kita sudah melakukan koordinasi dengan baik dari jajaran SKPD yang lain.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, sarana yang dimiliki oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang sudah mencukupi, namun belum memadai. Akan tetapi, belum memadainya sarana dan prasarana tersebut tidak dijadikan hambatan oleh Satpol PP Kota Tangerang dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang karena didukung oleh koordinasi yang baik dari instansi-instansi terkait, yaitu koordinasi dalam operasi gabungan yang melibatkan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang,

sehingga sarana dan prasarana pengawasan reklame tersebut saling melengkapi antar SKPD.

Berdasarkan observasi peneliti, sarana untuk pengawasan reklame yang dimiliki oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang masih terbatas dan belum memadai.

Dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang keenam, yaitu realistis secara organisasional, dapat dilihat bahwa salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang adalah sarana. Adapun sarana yang dimiliki oleh instansi-instansi, baik itu mobil operasional dan alat-alat berat seperti mesin las, gergaji, dan *cutter* pemotong besi masih terbatas. Sementara untuk prasarana sendiri seperti jalanan dan fasilitas umum lainnya sudah bagus.

#### **17. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi**

Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi, yaitu informasi pengawasan harus terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi karena: (1) Setiap tahap dari proses pekerjaan dapat mempengaruhi sukses atau kegagalan keseluruhan operasi dan (2) Informasi pengawasan harus sampai pada seluruh personalia yang memerlukannya.

Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi berkaitan dengan koordinasi diantara pihak-pihak yang terlibat dalam pengawasan reklame

di Kota Tangerang, dimana informasi pengawasan harus jelas dan sampai pada seluruh personalia yang terkait agar tidak terjadi tumpang tindih pekerjaan.

Personil Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang yang turun ke lapangan dalam rangka pengawasan reklame di Kota Tangerang berjumlah kurang lebih 10 (sepuluh) orang, dimana pihak-pihak yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang selain Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang adalah Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, Badan Pelayanan Penanaman Modal dan Perijinan Terpadu (BPPMPT) Kota Tangerang, dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>44</sup>

*“Yang di DPKAD bisa terlibat semua lebih kurang 10 orang. Yang terlibat selain DPKAD, yaitu BPPMPT, DKP kaitannya dengan estetika, ada juga dari Satpol PP yang melakukan eksekusi. Masyarakat tidak terlibat.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, setiap instansi yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang memiliki tugas pokok dan fungsi masing-masing yang berbeda satu sama lain tetapi saling melengkapi satu sama lain, sehingga diperlukan koordinasi. Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang bertugas dalam proses

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si, Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 08.30-08.45 di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

pembayaran reklame, pendataan reklame, dan penurunan reklame. Badan Pelayanan Penanaman Modal dan Perijinan Terpadu (BPPMPT) Kota Tangerang bertugas dalam proses perijinan reklame. Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang bertugas dalam penataan lokasi reklame dan penurunan reklame dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) bertugas dalam pengeksekusian atau penurunan reklame-reklame ilegal. Sedangkan, masyarakat tidak dilibatkan dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang. Adapun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) bertugas mengawasi instansi-instansi yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang. Hal ini juga dikemukakan oleh Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>45</sup>

*“Saya tidak hapal biasanya dalam penugasan ada 2 mobil dan dalam 1 mobil isinya minimal 3 orang. Yang terlibat itu BPPMPT, DKP dalam penataan lokasi reklame dan Satpol PP dilibatkan dalam proses penegakan perda. Masyarakat secara langsung tidak dilibatkan dan ada LSM juga yang mengawasi.”*

Personil Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang yang dilibatkan dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang berjumlah 15 orang, dimana 1 orang sebagai petugas administrasi. Hal ini

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Chandra Mundiyan, SE., M.AB., Ak, Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Kamis, 30 Mei 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP)

Kota Tangerang, bahwa:<sup>46</sup>

*“Jumlahnya ada 14 orang ditambah petugas administrasi menjadi 15 orang. Yang terlibat langsung dalam pengawasannya, Satpol PP dan DPKAD Kota Tangerang. Yang paling bertanggung jawab, pengawasan ada di kita dan untuk penertiban ada di Satpol PP.”*

Hal yang sama dikemukakan oleh Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>47</sup>

*“Jumlahnya ada 14 orang dibagi 2 tim setiap tim terdiri dari 7 petugas. Yang terlibat langsung, Satpol PP dan DPKAD Kota Tangerang. Yang paling bertanggung jawab, pengawasan ada di kita karena itu merupakan tupoksi kita.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, menurut Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang dalam hal pengawasan adalah DKP Kota Tangerang itu sendiri.

Namun untuk pengawasan yang menyeluruh ini belum terlaksana dengan baik. Hal ini dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa :<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

<sup>47</sup> Wawancara dengan Fakhri Wahyudi, Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Jumat, 28 Juni 2013, Jam 08.00-08.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

<sup>48</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

*“Kalau menyeluruh berdasarkan jenis reklame sudah. Tapi kalau menyeluruh secara wilayah belum karena keterbatasan petugas dan peralatan.”*

Personil Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang yang dilibatkan turun ke lapangan dalam rangka penegakan Perda penertiban reklame di Kota Tangerang berjumlah kurang lebih 30 orang. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Laporan dan Pemantuan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>49</sup>

*“Kurang lebih 30 orang. Itu ada timnya yang diatur oleh kepala daerah. DPKAD, Dishub dan beberapa personil Satpol PP.”*

Jumlah personil Satpol PP Kota Tangerang yang cukup banyak tersebut dikarenakan tugas Satpol PP sebagai eksekutor (penurunan reklame) pengawasan reklame di Kota Tangerang. Adapun tim pengawasan reklame di Kota Tangerang diatur oleh Kepala Daerah.

Dalam kriteria efektivitas pengawasan yang ketujuh, yaitu terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi, dapat dilihat dari adanya operasi gabungan dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang, dimana terdapat koordinasi dalam bentuk kerja sama antara Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, dan Satuan Polisi Pamong Praja

---

<sup>49</sup> Wawancara dengan Jajang Teja, Kepala Seksi Laporan dan Pemantauan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Senin, 08 Juli 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor Satpol PP Kota Tangerang.

(Satpol PP) Kota Tangerang, dimana hasil akhir koordinasi dalam bentuk kerja sama tersebut adalah penertiban reklame di Kota Tangerang. Hal ini untuk mengantisipasi pengawasan yang selama ini dinilai belum menyeluruh oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang karena permasalahan keterbatasan Sumber Daya Manusia yang kurang. Selain itu, sering diadakan rapat dengan instansi-instansi terkait tersebut. Adapun penyampaian informasi pengawasan disampaikan melalui laporan pengawasan yang kemudian dilaporkan kepada pimpinan.

## **18. Fleksibel**

Fleksibel, artinya pengawasan harus mempunyai fleksibilitas untuk memberikan tanggapan atau reaksi terhadap ancaman dari lingkungan. Fleksibilitas berkaitan dengan kemampuan untuk menyesuaikan diri sesuai dengan situasi dan kondisi lingkungan. Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang melakukan pengawasan reklame dengan rutin walaupun cuaca tidak mendukung. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>50</sup>

*“Apapun kondisi lingkungan walau hujan kita tetap turun.”*

---

<sup>50</sup> Wawancara dengan H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si, Kepala Seksi Pendataan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Rabu, 29 Mei 2013, Jam 08.30-08.45 di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Berdasarkan pernyataan diatas, kondisi lingkungan yang dinamis dan berubah-ubah tidak menjadi hambatan bagi petugas Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang untuk turun ke lapangan mengawasi reklame-reklame yang berada di Kota Tangerang. Hal yang serupa dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>51</sup>

*“Yang jelas kita tiap hari turun ke lapangan walaupun cuaca tidak mendukung selama 8 jam. Banyak ancaman dari luar, kita punya aturan dan rata-rata mereka menerima itu.”*

Adapun pendekatan yang digunakan petugas pengawasan reklame dalam pengawasan reklame adalah pendekatan persuasif. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>52</sup>

*“Kita melakukan pendekatan persuasif.”*

Pendekatan persuasif merupakan pendekatan yang menggugah perasaan dan pikiran atau melakukan ajakan atau bujukan secara halus untuk turut serta menciptakan suasana aman dan kondusif. Dalam hal ini, petugas pengawasan membujuk wajib pajak reklame secara halus agar taat pajak dan tidak melanggar ketentuan pemasangan reklame.

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

<sup>52</sup> Wawancara dengan Chandra Mundiyan, SE., M.AB., Ak, Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Kamis, 30 Mei 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Dalam situasi dan kondisi lingkungan yang berubah-ubah, kadang terdapat ancaman dari luar yang menjadikan hambatan dalam pencapaian tujuan. Begitu pun halnya dengan pengawasan reklame di Kota Tangerang. Ancaman yang datang berasal dari wajib pajak reklame itu sendiri. Hal ini dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>53</sup>

*“Ya, kadang sewaktu di lapangan ada saja WP yang bertentangan, mereka kadang bersikukuh reklamenya tidak mau dicabut. Contohnya promosi rokok, biasanya banyak spanduk yang dipasang, kadang mereka tidak bayar karena event mereka itu hanya 1 minggu. Kemudian kita adakan operasi dan mereka keberatan untuk dicabut. Dalam hal ini kita melakukan musyawarah secara tertulis bahwa hari selanjutnya mereka akan mengurus reklame yang tidak bayar.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, ancaman datang dari wajib pajak reklame itu sendiri, dimana tidak mau dicabut reklamenya karena akan berpengaruh terhadap penjualan produk mereka, seperti promosi rokok. Bagi wajib pajak reklame yang bertentangan, maka dilakukan musyawarah secara tertulis dengan pihak petugas pengawasan reklame. Hal ini merupakan salah satu pendekatan persuasif.

Adapun perubahan yang ingin dicapai dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang adalah tertibnya media reklame di Kota Tangerang, sehingga tidak mengganggu estetika kota dan berdampak pada peningkatan pajak reklame di Kota Tangerang. Akan tetapi, terdapat hambatan dalam hal informasi yang akurat untuk objek-objek yang harus

---

<sup>53</sup> Wawancara dengan Ahmad Zakie A, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 11.00-11.30 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

ditertibkan. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Laporan dan Pemantauan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>54</sup>

*“Untuk perubahan, saya harapkan untuk kedepannya dari SKPD lain lebih up to date dalam memberikan informasi yang lebih baik dan akurat untuk objek-objek yang memang harus ditertibkan. Untuk Satpol PP terkait dengan masalah penegakkan peraturan daerah sampai saat ini tidak ada kesulitan.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang berharap agar kedepannya dari SKPD lain yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang lebih *up to date* dan akurat dalam memberikan informasi mengenai objek-objek yang harus ditertibkan. Adapun untuk Satpol PP Kota Tangerang sendiri hingga saat ini tidak ada masalah atau kesulitan dalam penegakkan peraturan daerah, khususnya mengenai pengawasan reklame di Kota Tangerang. Hal ini juga dikemukakan oleh Kepala Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>55</sup>

*“Tidak, kita tetap turun ke lapangan. Sampai saat ini Alhamdulillah tidak ada masalah karena kita sudah melakukan koordinasi dengan baik dari jajaran SKPD yang lain. Tidak ada tekanan dari luar karena kita sudah melakukan sesuai prosedur. Untuk Satpol PP terkait dengan masalah penegakkan peraturan daerah sampai saat ini tidak ada kesulitan.”*

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Jajang Teja, Kepala Seksi Laporan dan Pemantauan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Senin, 08 Juli 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor Satpol PP Kota Tangerang.

<sup>55</sup> Wawancara dengan Syaiful Muluk, SE, Kepala Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di Ruang kantor Pol PP Kota Tangerang.

Berdasarkan pernyataan diatas, tidak ada kesulitan dalam hal penegakkan peraturan daerah oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, khususnya yang berkaitan dengan pengawasan reklame di Kota Tangerang. Hal ini karena Satpol PP Kota Tangerang sudah melakukan tugasnya sesuai dengan prosedur dan terdapat koordinasi yang baik dengan SKPD lain dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang.

Dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang kedelapan, yaitu fleksibel, dapat dilihat dari dua hal, yaitu ancaman lingkungan dan ancaman dari wajib pajak reklame. Ancaman lingkungan seperti hujan tidak menjadi hambatan bagi petugas-petugas pengawasan reklame untuk penertiban reklame di Kota Tangerang. Sedangkan, ancaman dari wajib pajak reklame adalah sikap wajib pajak yang bersikukuh tidak mau diturunkan reklamenya karena akan berpengaruh terhadap penjualan produk mereka

#### **19. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional**

Bersifat sebagai petunjuk dan operasional, artinya sistem pengawasan efektif harus menunjukkan baik deteksi maupun deviasi dari standar, tindakan koreksi apa yang seharusnya diambil. Pengawasan reklame di Kota Tangerang sudah diatur dalam Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Sedangkan, petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknisnya (juknis) untuk Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang diatur

dalam peraturan walikota. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>56</sup>

*“Ada, Perda nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Juklak dan juknisnya diatur dalam peraturan walikota.”*

Petunjuk teknis (juknis) pengawasan reklame di Kota Tangerang oleh Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang diatur dalam Peraturan Walikota Tangerang Nomor 5 Tahun 2002 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Reklame. Hal ini dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>57</sup>

*“Ada, Keputusan Walikota Nomor 5 Tahun 2002 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Reklame.”*

Petunjuk pelaksanaan (juklak) merupakan suatu pedoman atau tata cara untuk pelaksanaan kegiatan, termasuk urutan pelaksanaannya, guna mencapai sasaran dan tujuan yang diinginkan. Sedangkan, petunjuk teknis (juknis) merupakan memuat hal-hal yang berkaitan dengan teknis kegiatan, tidak menyangkur wewenang dan prosedur.

Adapun Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang tidak memiliki petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis)

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan Chandra Mundiyan, SE., M.AB., Ak, Kepala Seksi Penetapan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Kamis, 30 Mei 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>57</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

pengawasan reklame di Kota Tangerang. Hal ini dikemukakan oleh Kepala Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>58</sup>

*“Ada, yaitu Perda Nomor 7 Tahun 2010. Tujuan dibentuknya Perda tersebut, yang Pertama, untuk mentaati segala bentuk peraturan daerah itu. Yang kedua, mungkin memahami untuk giat dari pemkot Tangerang, terkait semua itu masyarakat mentaati akan tertibnya masalah perda tahun 2010. Untuk di Satpol PP tidak ada juklak dan juknisnya.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, tujuan dibentuknya Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah adalah agar ditaati dan terlihat usaha dari Pemerintah Kota Tangerang untuk meningkatkan penerimaan kas daerah dari sektor pajak, khususnya dari pajak reklame di Kota Tangerang.

Dapat dilihat bahwa dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang kesembilan, yaitu bersifat sebagai petunjuk dan operasional, pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang diatur dalam Peraturan Daerah (Perda) Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Adapun petunjuk teknis pengawasan reklame di Kota Tangerang diatur dalam Peraturan Walikota (Perwal) Tangerang Nomor 5 Tahun 2002 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Reklame.

## **20. Diterima para anggota organisasi**

---

<sup>58</sup> Wawancara dengan Syaiful Muluk, SE, Kepala Seksi Penyuluhan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di Ruang kantor Pol PP Kota Tangerang.

Diterima para anggota organisasi, artinya sistem pengawasan harus mampu mengarahkan pelaksana kerja para anggota organisasi dengan mendorong perasaan otonomi, tanggungjawab dan berprestasi. Dalam hal ini, para anggota organisasi merupakan petugas-petugas pengawasan reklame dari instansi-instansi terkait.

Petugas pengawasan reklame dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang sudah memahami petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis). Hal ini dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>59</sup>

*“Personil dinas sudah memahami juklak dan juknis dalam pengawasan reklame. Pengawasan sudah sangat efektif, semenjak dilakukan pengawasan PAD meningkat.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, pengawasan reklame di Kota Tangerang sudah efektif walaupun belum mencapai 100%, karena semenjak dilakukan pengawasan, Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Tangerang mengalami peningkatan. Hal yang serupa dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, bahwa:<sup>60</sup>

*“Ya, Alhamdulillah dengan kita rajin melakukan pengawasan untuk 100% itu belum, paling tidak 80% sampai 90% Kota Tangerang reklamenya sudah melalui proses agak tertib*

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan Fajar Ahmad, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 09.00-09.15 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

<sup>60</sup> Wawancara dengan Ahmad Zakie A, Pelaksana Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 11.00-11.30 WIB di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

*dibandingkan dengan kota-kota lain karena gencarnya operasi reklame yang kita lakukan.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat diketahui bahwa reklame di Kota Tangerang sudah agak tertib dibandingkan di kota-kota lain karena operasi reklame dilakukan secara rutin. Hal ini juga dikemukakan oleh Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>61</sup>

*“Personil DKP sudah memahami juklak dan juknis dalam pengawasan reklame. Kalau baik, sudah, artinya sudah cukup baiklah. Tapi kalau untuk memuaskan, belum karena secara wilayah kita belum menjangkau semua wilayah. Daerah-daerah ujung belum terjamah.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, petugas pengawasan reklame dari Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang sudah memahami petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) penyelenggaraan reklame di Kota Tangerang. Pengawasan reklame di Kota Tangerang bisa dikatakan cukup baik tetapi belum memuaskan karena pengawasan reklame yang dilakukan belum menjangkau semua wilayah Kota Tangerang. Cukup baiknya pengawasan reklame di Kota Tangerang karena koordinasi yang baik diantara instansi-instansi yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang, salah satunya dengan sering mengadakan rapat dengan instansi-instansi tersebut. Hal ini

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan Hadi Dharmawan, Pelaksana Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Selasa, 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

dikemukakan oleh Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>62</sup>

*“Sudah. Sebenarnya mereka sudah pada paham juklak dan juknis dalam pengawasan reklame. Sebenarnya kita sudah saling koordinasi. Kita juga sering mengadakan rapat dengan dinas-dinas lain.”*

Hal serupa dikemukakan oleh Kepala Seksi Laporan dan Pemantuan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, bahwa:<sup>63</sup>

*“Satpol PP selalu menyikapi terkait dengan pelanggaran reklame secara tegas. Sampai saat ini bisa dibilang baik dan sukses. Karena selalu melakukan koordinasi dengan baik dengan DPKAD dan dinas-dinas lain.”*

Cukup baiknya pengawasan reklame di Kota Tangerang juga dikemukakan oleh salah tokoh masyarakat Kota Tangerang, bahwa:<sup>64</sup>

*“Saya tidak tahu tentang itu. Tapi kalau saya lihat dari estetikanya, untuk reklame di Kota Tangerang sudah rapi walaupun masih banyak yang yang illegal mungkin. Tapi sesekali saya pernah lihat bagaimana Satpol PP melakukan penertiban untuk reklame-reklame yang mungkin melanggar. Lakukan pengawasan secara rutin dan menyeluruh, serta berikan sanksi tegas bagi yang melanggar.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, cukup baiknya pengawasan reklame di Kota Tangerang dilihat dari segi estetika, dimana reklame-

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Fakhri Wahyudi, Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi Kota Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. Jumat, 28 Juni 2013, Jam 08.00-08.15 WIB di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

<sup>63</sup> Wawancara dengan Jajang Teja, Kepala Seksi Laporan dan Pemantauan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Senin, 08 Juli 2013, Jam 10.00-10.15 WIB di ruang kantor Satpol PP Kota Tangerang.

<sup>64</sup> Wawancara dengan H. Abdul Ghani, Tokoh Masyarakat Kota Tangerang. Rabu, 10 Juli 2013, Jam 15.00-15.15 WIB di rumah warga Kota Tangerang.

reklame di Kota Tangerang sudah terlihat tertib dan rapi karena adanya penertiban reklame dari pihak Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. Menurut salah satu tokoh masyarakat Kota Tangerang, agar pengawasan reklame di Kota Tangerang berjalan efektif, maka pengawasan harus dilakukan secara rutin dan menyeluruh, serta harus ada sanksi yang tegas bagi wajib pajak reklame yang melanggar.

Pelayanan yang dilakukan oleh petugas Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang kepada wajib pajak reklame sudah baik karena pelayanannya ramah, tetapi dalam hal waktu, kadang cepat dan kadang tidak cepat. Hal ini dikemukakan oleh salah satu wajib pajak reklame, bahwa:<sup>65</sup>

*“Kadang-kadang kalau saya lihat, kadang cepat kadang tidak cepat. Seharusnya kalau orang bayar itu lebih cepat daripada orang menunggu dibayar (logikanya). Kadang waktu 1 jam tidak cukup. Seharusnya tidak sampai setengah jam sudah selesai karena semua sudah terurai sistem sudah jalan. Pelayanan bagus, melayaninya juga ramah. Biasanya yang paling baik dibuatkan label berupa stempel atau tanda tangan pejabat. Sekarang sudah ada paraf tapi paraf bisa di palsu. Tergantung juga pengawasan lapangan. Tapi pengawasan lapangan juga bisa dibeli. Harusnya pakai label yang paten itu menurut saya yang paling efektif.”*

Berdasarkan pernyataan diatas, ciri dari reklame legal adalah adanya paraf dari petugas pengawasan. Akan tetapi, paraf tersebut mudah untuk dipalsukan. Menurut salah satu wajib pajak Kota Tangerang tersebut, seharusnya reklame legal dicirikan dengan label berupa stempel

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Ali Pong, wajib pajak reklame Kota Tangerang. Senin, 01 Juli 2013, Jam 10.30-10.45 WIB di DPKAD Kota Tangerang.

atau tanda tangan pejabat terkait agar lebih efektif dan tidak mudah dipalsukan.

Dalam karakteristik efektivitas pengawasan yang kesepuluh, yaitu diterima para anggota organisasi, dapat dilihat dari dua hal, yaitu instansi-instansi terkait (SKPD) dan wajib pajak reklame. Petugas-petugas pengawasan reklame di Kota Tangerang sudah memahami aturan-aturan pengawasan reklame, seperti petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) pengawasan reklame. Adapun dilihat dari wajib pajak, sikap petugas dalam pelayanan dan pengawasan reklame di Kota Tangerang bisa diterima dengan baik karena keramahan petugas dan kemampuan petugas dalam menjelaskan informasi mengenai pajak reklame dengan baik.

**Tabel 4.4**  
**Temuan Penelitian**

No.	INDIKATOR PENELITIAN	TEMUAN LAPANGAN	KENDALA
1	<b>Akurat</b> Informasi tentang pelaksanaan kegiatan harus akurat. Data yang tidak akurat dari sistem pengawasan dapat menyebabkan organisasi mengambil tindakan koreksi yang keliru.	1 Konsep pengawasan masing-masing SKPD terkait berdasarkan tugas pokok dan fungsinya, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. BPPMPT Kota Tangerang: perijinan pajak reklame.</li> <li>b. DPKAD Kota Tangerang: pengawasan pajak reklame</li> <li>c. DKP Kota Tangerang: pengawasan penataan reklame.</li> <li>d. Satpol PP Kota Tangerang: penegakkan Perda.</li> </ol> 2 Operasi gabungan pengawasan reklame di Kota Tangerang.	
2	<b>Tepat waktu</b> Informasi harus dikumpulkan, disampaikan dan dievaluasi secepatnya bila kegiatan perbaikan harus dilakukan segera.	1 Pada masing-masing SKPD, pengawasan reklame dilakukan secara rutin, yaitu lima belas kali dalam sebulan atau tiga sampai empat kali dalam seminggu. 2 Operasi gabungan pengawasan reklame di Kota Tangerang dilakukan secara rutin, yaitu dua kali dalam sebulan. 3 Informasi hasil pengawasan berupa laporan pengawasan reklame di Kota Tangerang.	
3	<b>Obyektif dan menyeluruh</b>	1 Sosialisasi mengenai pajak reklame melalui media	1 Untuk saat ini jarang sekali

---

Informasi harus mudah dipahami dan bersifat obyektif secara lengkap.

reklame masih kurang efektif dikarenakan media reklame untuk sosialisasi jumlahnya masih sangat minim, bahkan sekarang peneliti tidak menemukan ada media reklame untuk sosialisasi pajak reklame.

ditemukan sosialisasi tentang pajak, khususnya pajak reklame di Kota er baik dalam bentuk bal , spanduk, dan lain-lain.

- 2 Instansi yang melakukan sosialisasi adalah DPKAD Kota Tangerang melalui media reklame (spanduk dan baliho) dan sosialisasi kepada wajib pajak reklame pada saat pendataan di lapangan
- 3 Instansi yang tidak melakukan sosialisasi adalah DKP Kota Tangerang dan Satpol PP Kota Tangerang karena tupoksi DKP Kota Tangerang adalah hanya dalam hal pengawasan penataan reklame, sedangkan tupoksi Satpol PP Kota Tangerang adalah hanya dalam hal penegakkan Peraturan Daerah (Perda).

#### **4 Terpusat pada titik-titik pengawasan straegik**

Sistem pengawasan harus memusatkan perhatian pada bidang-bidang dimana penyimpangan-penyimpangan dari standar paling sering terjadi.

- 1 Lokasi pengawasan reklame:
    - a. DPKAD Kota Tangerang: UPTD Barat, UPTD Tengah, dan UPTD Timur.
    - b. DKP Kota Tangerang: hanya terbatas di jalan-jalan protokol Kota Tangerang.
    - c. Satpol PP Kota Tangerang: membantu DPKAD Kota Tangerang dan DKP Kota Tangerang dalam penurunan reklame.
  - 2 Sanksi terhadap pelanggaran reklame:
    - a. Penunggakan pembayaran: surat panggilan dari
-

---

		DPKAD Kota Tangerang dan penurunan reklame oleh DPAD Kota Tangerang, dibantu dengan Satpol PP Kota Tangerang.	
		b. Ketidaksesuaian lokasi: Penurunan reklame oleh DKP Kota Tangerang, dibantu dengan Satpol PP Kota Tangerang.	
<b>5</b>	<b>Realistik secara ekonomis</b> Biaya pelaksanaan sistem pengawasan harus lebih rendah atau paling tidak sama dengan kegunaan yang diperoleh dari sistem tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Sumber pembiayaan pengawasan reklame di Kota Tangerang, yaitu APBD Kota Tangerang.</li> <li>2 Wajib pajak reklame menerima ketentuan tarif pajak reklame dan tarif masih terjangkau menurut wajib pajak.</li> </ol>	
<b>6</b>	<b>Realistik secara organisasional</b> Sistem pengawasan harus cocok atau harmonis dengan kenyataan organisasi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Sarana dan prasarana yang dimiliki masing-masing SKPD untuk pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang masih terbatas dan belum memadai.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Masih terbatasnya sarana dan prasarana yang ada di masing-masing SKPD terkait.</li> </ol>
<b>7</b>	<b>Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi</b> Informasi pengawasan harus terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi karena: (1) Setiap tahap dari proses pekerjaan dapat mempengaruhi sukses atau kegagalan keseluruhan operasi, dan (2) Informasi pengawasan harus sampai pada seluruh personalia yang memerlukannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Koordinasi antar SKPD dalam bentuk kerja sama, yaitu operasi gabungan pengawasan reklame di Kota Tangerang.</li> <li>2 Sering diadakan rapat dengan SKPD terkait.</li> <li>3 Penyampaian informasi pengawasan disampaikan melalui laporan pengawasan yang kemudian dilaporkan kepada pimpinan.</li> </ol>	

---

---

<p><b>8 Fleksibel</b> Pengawasan harus mempunyai fleksibilitas untuk memberikan tanggapan atau reaksi terhadap ancaman dari lingkungan.</p>	<p>1 Ancaman lingkungan seperti hujan tidak menjadi hambatan bagi petugas-petugas pengawasan reklame untuk penertiban reklame di Kota Tangerang.</p> <p>2 Ancaman dari wajib pajak reklame adalah sikap wajib pajak yang bersikukuh tidak mau diturunkan reklamenya.</p>	
<p><b>9 Bersifat sebagai petunjuk dan operasional</b> Sistem pengawasan efektif harus menunjukkan baik deteksi maupun deviasi dari standar, tindakan koreksi apa yang seharusnya diambil.</p>	<p>1 Pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang diatur dalam Peraturan Daerah (Perda) Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah.</p> <p>2 Petunjuk teknis pengawasan reklame di Kota Tangerang diatur dalam Peraturan Walikota (Perwal) Tangerang Nomor 5 Tahun 2002 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Reklame.</p>	<p>1 Belum diberlakukannya sanksi hukum bagi wajib pajak yang melakukan pemasangan reklame secara ilegal.</p>
<p><b>10 Diterima para anggota organisasi</b> Sistem pengawasan harus mampu mengarahkan pelaksana kerja para anggota organisasi dengan mendorong perasaan otonomi, tanggungjawab dan berprestasi.</p>	<p>1 Petugas-petugas pengawasan reklame di Kota Tangerang sudah memahami aturan-aturan pengawasan reklame, seperti petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) pengawasan reklame.</p> <p>2 Sikap petugas dalam pelayanan dan pengawasan reklame di Kota Tangerang bisa diterima dengan baik oleh wajib pajak reklame karena keramahan</p>	

---

---

petugas dan kemampuan petugas dalam menjelaskan informasi mengenai pajak reklame dengan baik.

- 3 Berkaitan dengan ciri atau tanda reklame yang legal, dimana media reklame yang sudah dilakukan pembayaran ada cirinya, yaitu untuk *billboard* ada stiker pembayaran yang resmi, sedangkan untuk spanduk dan baliho ada paraf. Untuk paraf, mudah untuk dipalsukan.

---

Sumber: Peneliti, 2013.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan perumusan masalah, maka peneliti membuat kesimpulan terhadap hasil penelitian dan temuan-temuan di lapangan. Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang belum efektif. Pengawasan yang belum efektif tersebut dapat dijelaskan dalam kriteria-kriteria pengawasan yang efektif (Handoko, 2011:373).

*Kriteria pertama*, yaitu akurat, dimana konsep pengawasan masing-masing SKPD yang terkait dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang berbeda-beda berdasarkan tugas pokok dan fungsinya. Konsep pengawasan Badan Pelayanan Penanaman Modal dan Perijinan Terpadu (BPPMPT) Kota Tangerang, yaitu dalam hal perijinan pajak reklame. Konsep pengawasan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang, yaitu dalam hal pengawasan pajak reklame. Konsep pengawasan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, yaitu dalam hal pengawasan penataan reklame. Sedangkan, pengawasan konsep pengawasan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang, yaitu dalam hal penegakkan Peraturan Daerah (Perda). Koordinasi antar SKPD adalah operasi gabungan pengawasan reklame di Kota Tangerang. Adapun kendalanya adalah operasi gabungan hanya dilakukan satu atau dua bulan sekali.

*Kriteria kedua*, yaitu tepat waktu, dimana pada masing-masing SKPD, pengawasan reklame dilakukan secara rutin, yaitu lima belas kali dalam sebulan atau tiga sampai empat kali dalam seminggu, dimana hasil pengawasan berupa laporan pengawasan reklame di Kota Tangerang.

*Kriteria ketiga*, yaitu obyektif dan menyeluruh, dimana sosialisasi mengenai pajak reklame masih kurang efektif dikarenakan untuk saat ini jarang sekali ditemukan sosialisasi tentang pajak, khususnya pajak reklame di Kota Tangerang, baik dalam bentuk baliho, spanduk, dan lain-lain.

*Kriteria keempat*, yaitu terpusat pada titik-titik pengawasan strategis, dimana pengawasan reklame yang dilakukan belum menyeluruh secara wilayah karena keterbatasan sarana yang dimiliki masing-masing SKPD. Selain itu, kurang tegasnya sanksi terhadap pelanggaran reklame, dimana tidak ada sanksi hukum. Sanksi yang diberlakukan terhadap penyimpangan penyelenggaraan reklame oleh wajib pajak adalah hanya dengan teguran dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang setelah memberikan surat panggilan kepada wajib pajak dan sanksi berupa penurunan reklame.

*Kriteria kelima*, yaitu realistis secara ekonomis, dimana sumber pembiayaan pengawasan reklame di Kota Tangerang, yaitu APBD Kota Tangerang dan wajib pajak reklame menerima ketentuan tarif pajak reklame dan tarif masih terjangkau menurut wajib pajak. Akan tetapi, walaupun tarif pajak reklame masih terjangkau, masih banyak wajib pajak yang melanggar atau memasang reklame ilegal.

*Kriteria keenam*, yaitu realistik secara organisasional, dimana Sarana yang dimiliki masing-masing SKPD untuk pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang masih terbatas dan belum memadai, sehingga menyebabkan kurang efektifnya pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.

*Kriteria ketujuh*, yaitu terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi, dimana koordinasi antar SKPD dalam bentuk kerja sama, yaitu operasi gabungan pengawasan reklame di Kota Tangerang dan Sering diadakan rapat dengan SKPD terkait. Adapun penyampaian informasi pengawasan disampaikan melalui laporan pengawasan yang kemudian dilaporkan kepada pimpinan.

*Kriteria kedelapan*, yaitu fleksibel, dimana terdapat ancaman lingkungan dan ancaman dari wajib pajak itu sendiri. Ancaman lingkungan seperti hujan tidak menjadi hambatan bagi petugas-petugas pengawasan reklame untuk penertiban reklame di Kota Tangerang. Ancaman dari wajib pajak adalah sikap wajib pajak yang bersikukuh tidak mau diturunkan reklamenya.

*Kriteria kesembilan*, yaitu bersifat sebagai petunjuk dan operasional, dimana pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang diatur dalam Peraturan Daerah (Perda) Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Sedangkan, petunjuk teknis pengawasan reklame di Kota Tangerang diatur dalam Peraturan Walikota (Perwal) Tangerang Nomor 5 Tahun 2002 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Reklame. Adapun yang menjadi kendala

adalah belum diberlakukannya sanksi hukum bagi wajib pajak yang melakukan pemasangan reklame secara ilegal.

*Kriteria kesepuluh*, yaitu diterima para anggota organisasi, dimana Sikap petugas dalam pelayanan dan pengawasan reklame di Kota Tangerang bisa diterima dengan baik oleh wajib pajak reklame karena keramahan petugas dan kemampuan petugas dalam menjelaskan informasi mengenai pajak reklame dengan baik. Selain itu, berkaitan dengan ciri atau tanda reklame yang legal, dimana media reklame yang sudah dilakukan pembayaran ada cirinya, yaitu untuk *billboard* ada stiker pembayaran yang resmi, untuk spanduk dan baliho ada paraf. Untuk paraf, mudah untuk dipalsukan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, maka peneliti memberikan saran-saran mengenai hasil penelitian, yaitu:

1. Meningkatkan intensitas pengawasan reklame di Kota Tangerang pada masing-masing SKPD terkait, yaitu pengawasan oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang dan Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang, minimal lima kali dalam seminggu dan Meningkatkan intensitas operasi gabungan pengawasan reklame di Kota Tangerang yang melibatkan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang,

Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang minimal sebulan dua kali. Disesuaikan dengan anggaran yang bisa diajukan oleh pihak dinas kepada pemerintah daerah untuk anggaran pengawasan reklame di tahun yang akan datang.

2. Meningkatkan intensitas sosialisasi mengenai pajak reklame, tidak hanya mengirim surat ke perusahaan-perusahaan tetapi juga dengan memperbanyak sosialisasi melalui media sosial, seperti spanduk dan baliho di jalan-jalan umum yang letaknya strategis.
3. Menambah kelengkapan sarana pada masing-masing SKPD untuk menunjang pengawasan reklame di Kota Tangerang yang ada sekarang untuk ditambah atau dianggarkan di tahun yang akan datang.
4. Meningkatkan koordinasi antar SKPD terkait dengan cara meningkatkan intensitas rapat atau melalui jejaring sosial (media IT) mengenai pengawasan reklame di Kota Tangerang.
5. Memberlakukan sanksi yang tegas berupa sanksi hukum bagi wajib pajak reklame yang melanggar sesuai dengan aturan dalam Perda no 7 tahun 2010 tentang pajak daerah.
6. Mengenaikan tarif terhadap reklame partai atau caleg – caleg.

## DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, W.R. 2004. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Halim, Abdul. 2004. *Manajemen Keuangan Daerah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Handyaningrat, Soewarno. 2000. *Pengantar Ilmu Administrasi Negara*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen*. BPFE: Yogyakarta.
- . 2011. *Manajemen: Edisi 2*. BPFE: Yogyakarta.
- Harahap, Sofyan Safri, 2001, *Sistem Pengawasan Manajemen (Management Control System)*, Jakarta : Quantum.
- Hasibuan, Malayu. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Irawan, Prasetya. 2006. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Depok: Departemen Ilmu Administrasi, FISIP UI.
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan.
- Makmur, Syarif. 2008. *Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Organisasi, Kajian Penyelenggaraan Pemerintahan Desa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan (edisi revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Miles, Matthew dan Michael Huberman. 2009. *Analisis Data Kualitatif (Buku Sumber Tentang Metode-metode baru)*. Jakarta : UI Press.
- Lexy J. Moleong. 2006. *Edisi Revisi: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Robbins, P. Stephen. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gramedia.
- Siagian P. Sondang. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

----- . 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Widjajati, Erna. 2008. *Dasar hukum pajak di Indonesia*. Jakarta: Roda Inti Media.

**Dokumen:**

Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah

**Internet:**

<http://www.psychologymania.com/2012/11/pengertian-pengawasan.html> (diakses pada 10 januari 2013).

<http://tulisantangkudi.blogspot.com/2012/07/makalah-pajak-dan-retribusi-daerah.html> (diakses 10 januari 2013).

# **PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN**

## **EFEKTIFITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan Efektifitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, maka disusunlah pedoman wawancara seperti dibawah ini. Peneliti akan menjaga kerahasiaan informan dalam penelitian ini.

### **Informan:**

1. Petugas Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang.
2. Petugas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang.
3. Petugas Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang
4. Wajib pajak reklame.
5. Masyarakat (LSM, Tokoh Masyarakat)

# **PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN**

## **EFEKTIFITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan Efektifitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, maka disusunlah pedoman wawancara seperti dibawah ini. Peneliti akan menjaga kerahasiaan informan dalam penelitian ini.

### **Informan:**

Petugas Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang.

### **Pertanyaan:**

#### **1. Akurat**

- (1) Bagaimana gambaran tentang keberadaan reklame dan pajak reklame di Kota Tangerang, apakah pajak reklame memiliki kontribusi yang dapat diperhitungkan sebagai sumber pendapatan asli daerah (PAD) Kota Tangerang?
- (2) Bagaimana sistem pengawasan yang digunakan dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang? Bentuk pengawasannya seperti apa?
- (3) Apa tujuan dilakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

#### **2. Tepat waktu**

- (1) Apakah pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang dilakukan secara rutin?
- (2) Berapa kali dalam seminggu atau sebulan dilakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

(3) Bagaimana dengan laporan dari hasil pengawasan?

### **3. Obyektif dan menyeluruh**

- (1) Apakah pengawasan pajak reklame yang dilakukan sudah menyeluruh?
- (2) Apakah dilakukan sosialisasi kepada wajib pajak tentang pajak reklame di Kota Tangerang?
- (3) Bentuk-bentuk sosialisasi apa yang pernah dilakukan?

### **4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategis**

- (1) Di titik-titik lokasi mana dilakukan pengawasan terhadap pajak reklame di Kota Tangerang? Apa dasar pemilihan lokasi tersebut?
- (2) Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame ilegal maupun yang menunggak terhadap pembayaran pajak reklame di Kota Tangerang?
- (3) Bagaimana mengatasi wajib pajak yang *memandel* tersebut?

### **5. Realistik secara ekonomis**

- (1) Dari mana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Bagaimana perbandingan antara biaya pelaksanaan pengawasan dengan hasil yang diperoleh dari pengawasan tersebut? Apakah biaya pelaksanaan pengawasan lebih rendah daripada hasil atau kegunaan yang diperoleh dari pengawasan tersebut?

### **6. Realistik secara organisasional**

- (1) Sarana dan prasarana apa saja yang dibutuhkan untuk melakukan pengawasan reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai?
- (3) Apakah sarana dan prasarana tersebut mampu menunjang dalam pelaksanaan tujuan ?

## **7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi**

- (1) Berapa jumlah anggota personil dinas yang terlibat dalam pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah dari semua jumlah personil dinas yang terlibat dalam pelaksanaan pengawasan pajak reklame yang ada sekarang sudah efektif dalam melaksanakan kegiatan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.
- (3) Siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

## **8. Fleksibel**

- (1) Apakah pengawasan yang dilakukan disesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat dan lingkungan yang senantiasa berubah-ubah?
- (2) Apakah dalam melakukan pengawasan terdapat ancaman dari luar?
- (3) Bagaimana menanggapi ancaman tersebut?

## **9. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional**

- (1) Apakah ada peraturan daerah yang mengatur tentang pengelolaan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah sudah terdapat petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) yang memuat petunjuk atau pedoman dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (3) Bagaimana standar operasional dalam penyelenggaraan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

## **10. Diterima para anggota organisasi**

- (1) Apakah personil dinas yang terlibat dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang memahami juklak, juknis, standar operasional, serta prosedur atau mekanisme dalam pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah hasil pengawasan pajak reklame sampai saat ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan ?

# **PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN**

## **EFEKTIFITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan Efektifitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, maka disusunlah pedoman wawancara seperti dibawah ini.

### **Informan:**

Petugas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang.

### **Pertanyaan:**

#### **1. Akurat**

- (1) Bagaimana gambaran tentang keberadaan reklame dan pajak reklame di Kota Tangerang ?
- (2) Apakah ada perda yang mengatur tentang pajak daerah khususnya reklame di Kota Tangerang ?
- (3) Bagaimana sikap personil Satpol PP dalam penegakkan perda tersebut ?
- (4) Apa tujuan dibuatnya perda tentang pajak daerah tersebut ?

#### **2. Tepat waktu**

- (1) Apakah pengawasan / penertiban reklame di Kota Tangerang dilakukan secara rutin?
- (2) Bagaimana dengan laporan dari hasil pengawasan?

#### **3. Obyektif dan menyeluruh**

- (1) Apakah perda tentang pajak daerah sudah disosialisasikan kepada masyarakat khususnya wajib pajak ?

- (2) Bentuk-bentuk sosialisasi apa yang pernah dilakukan?

#### **4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik**

- (1) Di titik-titik lokasi mana dilakukan pengawasan / penertiban terhadap pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah dampak yang ditimbulkan dari adanya pelanggaran-pelanggaran atas reklame tersebut ?

#### **5. Realistik secara ekonomis**

- (1) Dari mana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah terdapat hambatan dalam hal biaya pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

#### **6. Realistik secara organisasional**

- (1) Sarana dan prasarana apa saja yang dibutuhkan untuk melakukan penertiban reklame ilegal di Kota Tangerang?
- (2) Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai?
- (3) Apakah terdapat kendala atau hambatan dalam pengawasan / penertiban reklame di Kota Tangerang ?

#### **7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi**

- (1) Berapa jumlah anggota personil Satpol PP yang terlibat dalam pelaksanaan pengawasan / penertiban reklame di Kota Tangerang?
- (2) Siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?
- (3) Menurut anda, siapa yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?

### **8. Fleksibel**

- (1) Perubahan apa yang ingin dicapai dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang ?
- (2) Apakah sulit melakukan penertiban reklame illegal ?

### **9. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional**

- (1) Apakah sudah terdapat petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) yang memuat petunjuk atau pedoman pengawasan dalam hal penertiban reklame di Kota Tangerang?
- (2) Bagaimana prosedur dan mekanisme pengawasan yang dilakukan oleh satpol PP Kota Tangerang ?

### **10. Diterima para anggota organisasi**

- (1) Apakah personil Satpol PP yang terlibat dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang memahami juklak, juknis, standar operasional, serta prosedur atau mekanisme dalam pelaksanaan pengawasan reklame di Kota Tangerang?
- (2) Bagaimana hasil dari penertiban yang sudah dicapai oleh Satpol PP Kota Tangerang selama ini ?

# **PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN**

## **EFEKTIFITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan Efektifitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, maka disusunlah pedoman wawancara seperti dibawah ini. Peneliti akan menjaga kerahasiaan informan dalam penelitian ini.

### **Informan:**

Wajib pajak reklame.

### **Pertanyaan:**

#### **1. Akurat**

1. Apakah anda mengetahui tentang adanya pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
2. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

#### **2. Tepat waktu**

- (1) Apakah pengawasan pajak reklame dilakukan secara rutin?
- (2) Berapa kali dilakukannya pengawasan pajak reklame?

#### **3. Obyektif dan menyeluruh**

- (1) Menurut anda, apakah pengawasan pajak reklame yang dilakukan sampai saat ini oleh DPKAD Kota Tangerang dan Satpol PP Kota Tangerang sudah menyeluruh?

- (2) Apakah anda pernah mendapatkan sosialisasi dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (3) Bentuk-bentuk sosialisasi apa yang pernah anda dapatkan?

#### **4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik**

- (1) Dimana lokasi penetapan reklame anda?
- (2) Apa alasan anda dalam penetapan reklame di lokasi tersebut?
- (3) Apa saja kendala-kendala dalam pemenuhan kewajiban pajak reklame anda?
- (4) Menurut anda, apa yang menjadi penyebab wajib pajak tidak membayar atau menunggak dalam pembayaran pajak reklame di Kota Tangerang?

#### **5. Realistik secara ekonomis**

- (1) Apakah tarif pajak reklame yang ditetapkan sudah sesuai?

#### **6. Realistik secara organisasional**

- (1) Apakah anda sebagai wajib pajak reklame dilibatkan dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

#### **7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi**

- (1) Siapa saja yang terlibat dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Menurut anda, siapa yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

#### **8. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional**

- (1) Tahapan-tahapan apa saja yang anda lalui dalam penyelenggaraan reklame?
- (2) Bagaimana tanggapan anda mengenai proses penyelenggaraan reklame atau pelayanan terhadap reklame? Apakah berbelit-belit?

**9. Diterima para anggota organisasi**

- (1) Bagaimana sikap petugaas DPKAD Kota Tangerang yang melakukan penagihan pajak reklame dan pengawasan reklame?
- (2) Menurut anda, bagaimana cara agar pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang dapat berjalan efektif?

# LAMPIRAN

# **PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN**

## **EFEKTIFITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan Efektifitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, maka disusunlah pedoman wawancara seperti dibawah ini. Peneliti akan menjaga kerahasiaan informan dalam penelitian ini.

### **Informan:**

Masyarakat

### **Pertanyaan:**

#### **1. Akurat**

- (1) Bagaimana gambaran tentang keberadaan reklame dan pajak reklame di Kota Tangerang, apakah pajak reklame memiliki kontribusi yang dapat diperhitungkan sebagai sumber pendapatan asli daerah (PAD) Kota Tangerang?
- (2) Apakah anda mengetahui mengenai adanya pengawasan terhadap pajak reklame di Kota Tangerang?
- (3) Dinas apa yang bertanggung jawab terhadap pengawasan reklame di Kota Tangerang?

#### **2. Obyektif dan menyeluruh**

- (1) Menurut anda, apakah pengawasan pajak reklame yang dilakukan sampai saat ini oleh DPKAD, Satpol PP, dan DKP Kota Tangerang sudah menyeluruh?
- (2) Apakah anda pernah mendapatkan sosialisasi dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame di Kota Tangerang?

(3) Bentuk-bentuk sosialisasi apa yang pernah anda dapatkan?

### **3. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategis**

- (1) Menurut anda, apa yang menjadi penyebab wajib pajak tidak membayar atau menunggak dalam pembayaran pajak reklame maupun yang memasang ilegal di Kota Tangerang?
- (2) Menurut anda apa dampak yang ditimbulkan dari adanya pelanggaran-pelanggaran atas pajak reklame tersebut, terutama mengenai banyaknya reklame ilegal di Kota Tangerang?
- (3) Sebagai LSM, apakah terkena dampak secara langsung terhadap pelanggaran atas pajak reklame tersebut?

### **4. Realistik Secara Ekonomi**

- (1) Apakah tarif pajak reklame yang ditetapkan sudah sesuai ?

### **5. Realistik secara organisasional**

- (1) Upaya-upaya apa saja yang telah dilakukan oleh LSM yang anda pimpin dalam berpartisipasi atau turut serta dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah terdapat kendala-kendala dalam upaya-upaya tersebut? Apa saja kendala tersebut?

### **6. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi**

- (1) Menurut anda, siapa yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

### **7. Diterima para anggota organisasi**

- (1) Menurut anda, bagaimana sejauh ini melihat hasil kerja yang dilakukan oleh DPKAD, Satpol PP dan DKP Kota Tangerang dalam hal pengawasan reklame ?

(2) Menurut anda, bagaimana cara agar pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang dapat berjalan efektif ?

# **PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN**

## **EFEKTIFITAS PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KOTA TANGERANG**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan Skripsi pada Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan Efektifitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang, maka disusunlah pedoman wawancara seperti dibawah ini.

### **Informan:**

Petugas Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang.

### **Pertanyaan:**

#### **1. Akurat**

- (1) Bagaimana gambaran tentang keberadaan reklame dan pajak reklame di Kota Tangerang, apakah pajak reklame memiliki kontribusi yang dapat diperhitungkan sebagai sumber pendapatan asli daerah (PAD) Kota Tangerang?
- (2) Apakah dari DKP turut serta dalam kegiatan pengawasan reklame di Kota Tangerang?
- (3) Bagaimana sistem pengawasan yang digunakan dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang? Bentuk pengawasannya seperti apa?
- (4) Apa tujuan dilakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

#### **2. Tepat waktu**

- (1) Apakah pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang dilakukan secara rutin?
- (2) Berapa kali dalam seminggu atau sebulan dilakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

- (3) Bagaimana dengan laporan dari hasil pengawasan?

### **3. Obyektif dan menyeluruh**

- (1) Apakah pengawasan pajak reklame yang dilakukan sudah menyeluruh?
- (2) Apakah dilakukan sosialisasi kepada wajib pajak tentang pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (3) Bentuk-bentuk sosialisasi apa yang pernah dilakukan?

### **4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategik**

- (1) Di titik-titik lokasi mana dilakukan pengawasan terhadap pajak reklame di Kota Tangerang? Apa dasar pemilihan lokasi tersebut?
- (2) Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame illegal maupun yang menunggak terhadap pembayaran pajak reklame di Kota Tangerang?

### **5. Realistik secara ekonomis**

- (1) Dari mana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah terdapat hambatan dalam hal biaya pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

### **6. Realistik secara organisasional**

- (1) Sarana dan prasarana apa saja yang dibutuhkan untuk melakukan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai?
- (3) Apakah sarana dan prasarana tersebut mampu menunjang dalam pelaksanaan tujuan?
- (4) Apakah terdapat kendala atau hambatan dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang? Apa saja kendala/hambatan tersebut, baik hambatan internal maupun eksternal?

## **7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi**

- (1) Berapa jumlah anggota petugas DKP yang terlibat dalam pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah dari semua jumlah petugas DKP yang terlibat dalam pelaksanaan pengawasan pajak reklame yang ada sekarang sudah efektif dalam melaksanakan kegiatan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang.
- (3) Siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (4) Menurut anda, siapa yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

## **8. Fleksibel**

- (1) Apakah pengawasan yang dilakukan disesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat dan lingkungan yang senantiasa berubah-ubah?
- (2) Apakah dalam melakukan pengawasan terdapat ancaman dari luar?
- (3) Bagaimana menanggapi ancaman tersebut?

## **9. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional**

- (1) Apakah ada peraturan daerah yang mengatur tentang pengelolaan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (2) Apakah sudah terdapat petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) yang memuat petunjuk atau pedoman dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?
- (3) Bagaimana standar operasional dalam penyelenggaraan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

## **10. Diterima para anggota organisasi**

- (1) Apakah petugas DKP yang terlibat dalam pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang memahami juklak, juknis, standar operasional, serta prosedur atau mekanisme dalam pelaksanaan pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang?

(2) Menurut anda, bagaimana sejauh ini melihat hasil kerja yang dilakukan oleh DPKAD Kota Tangerang dalam hal pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh DPKAD Kota Tangerang tersebut?

## DOKUMENTASI



Wawancara bersama bapak Ahmad Nurjali,SE. Kepala Seksi Penagihan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Tangerang di kantor DPKAD Kota Tangerang. (foto diambil pada tanggal 29/5/2013)



Wawancara bersama bapak Ahmad Zakie A. Pelaksana di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Tangerang di kantor DPKAD Kota Tangerang. (foto diambil pada tanggal 01/07/2013).



Wawancara bersama bapak Jajang Teja, S.IP. Kepala Seksi Laporan dan Pemantauan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Tangerang di kantor SATPOL PP (foto diambil pada tanggal 07/08/2013).



Wawancara bersama bapak Ali Pong. Wajib Pajak Reklame Kota Tangerang di kantor DPKAD Kota Tangerang. (foto diambil pada tanggal 01/07/2013).



Wawancara bersama bapak Hendra G. Wajib Pajak Reklame Kota Tangerang di kantor DPKAD Kota Tangerang. (foto diambil pada tanggal 01/07/2013).



Penertiban Baliho Tanpa Ijin di Cipondoh Tangerang. ( Foto diambil pada tanggal 03/06/2013).



Truk Bak Terbuka dan Truk Hidrolik Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. (Foto diambil pada tanggal 11/09/2013).



Truk Hidrolik Dinas Keamanan dan Pertamanan (DKP) Kota Tangerang. (Foto diambil pada tanggal 11/09/2013).



Truk Bak Terbuka Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. (Foto diambil pada tanggal 11/09/2013).



Alat Pemotong Besi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. (Foto diambil pada tanggal 11/09/2013).



Alat Pendobrak Dinding Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. ( Foto diambil pada tanggal 11/09/2013).



Mesin Generator Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Tangerang. ( Foto diambil pada tanggal 11/09/2013).



Stiker Reklame Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. (Foto diambil pada tanggal 11/09/2013)



Stiker Reklame Legal Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Kota Tangerang. (Foto diambil pada tanggal 11/09/2013)

### CATATAN LAPANGAN PENELITIAN

NO	TANGGAL	WAKTU (WIB)	TEMPAT (KOTA TANGERANG)	HASIL	INFORMAN
1	27/10/2012	11.00-12.00	DPKAD	- Data Realisasi Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun 2010 s/d 2012	Ibu Winda  (Staf DPKAD)
2	29/04/2013	10.30-13.00	DPKAD	- Observasi - Data Reklame Ilegal Tahun 2012-2013	Ahmad Zakie A.  (Pelaksana)
3	29/05/2013	08.30-08.45	DPKAD	- Wawancara	H.M. Taufik Sudjatnika, SE., M.Si  (Kasie Pendataan)
4	29/05/2013	14.00-14.15	DPKAD	- Wawancara	Ahmad Nurjali, SE  (Kasie Penagihan PL)
5	30/05/2013	09.00-09.15	DPKAD	- Wawancara	Chandra Mundiyanana, SE., M.AB., Ak  (Kasi Penetapan)
6	25/06/2013	09.00-09.15	SATPOL PP	- Wawancara	Syaiful Muluk, SE (Kasie Penyuluhan)
7	25/06/2013	10.00-10.15	DKP	- Wawancara	Hadi Dharmawan  (Pelaksana)
8	28/06/2013	08.00-08.15	DKP	- Wawancara	Fakri Wahyudi  (Kasie Reklame dan Dekorasi Kota)
9	01/07/2013	09.00-09.15	DPKAD	- Wawancara	Fajar Ahmad  (Pelaksana)
10	01/07/2013	09.30-09.45	DPKAD	- Wawancara	Hendra G  (Wajib Pajak Reklame)

11	01/07/2013	10.30-10.45	DPKAD	- Wawancara	Ali Pong (Wajib Pajak Reklame)
12	01/07/2013	11.00-11.30	DPKAD	- Wawancara	Ahmad Zakie A (Pelaksana)
13	08/07/2013	10.00-10.15	SATPOL PP	- Wawancara	Jajang Teja, S.IP (Kasie Laporan dan Pemantauan)
14	10/07/2013	15.00-15.15	Rumah Warga	- Wawancara	H. Abdul Ghani (Masyarakat)
15	09/09/2013	09.00-10.00	DPKAD	- Rekapitulasi Data Pemasangan Reklame Tanpa Ijin per 31 Agustus 2013	Septian (Pelaksana)
16	17/10/2013	11.00-11.15	Rumah Warga	- Wawancara	Nahrawi, S.Sos

## MATRIK HASIL WAWANCARA SEBELUM REDUKSI DATA

Q I	I <sub>1,1</sub>
Q <sub>1</sub>	<p><b>Apakah pajak reklame memiliki kontribusi terhadap sumber pendapatan asli daerah di Kota Tangerang?</b>  <i>Yang jelas, memberikan kontribusi karena reklame merupakan bagian dari pajak daerah jadi keberadaan reklame ada kontribusinya terhadap PAD.</i></p>
Q <sub>2</sub>	<p><b>Apakah ada pengawasan yang dilakukan oleh DPKAD terhadap reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>Kita melakukan pendataan ke lapangan khususnya reklame bisa tiap hari kita turun ke lapangan dan apabila kita temukan media reklame yang tidak ada izinnya maka akan diturunkan.</i></p>
Q <sub>3</sub>	<p><b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin dan berapa kali dalam 1 minggu?</b>  <i>Bisa tiap hari kadang sabtu minggu kita bisa ke lapangan juga karena banyak yang memasang reklame nakal.</i></p>
Q <sub>4</sub>	<p><b>Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh DPKAD dalam melakukan pengawasan apa saja?</b>  <i>2 buah truk, 1 truk bak terbuka dan 1 lagi truk yang ada hidroliknya.</i></p>
Q <sub>5</sub>	<p><b>Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai?</b>  <i>Sudah cukup.</i></p>
Q <sub>6</sub>	<p><b>Berapa jumlah anggota petugas yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>Yang di DPKAD bisa terlibat semua lebih kurang 10 orang.</i></p>
Q <sub>7</sub>	<p><b>Selain DPKAD, siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>BPPMPT, DKP kaitannya dengan estetika, ada juga dari Satpol PP yang melakukan eksekusi. Masyarakat tidak terlibat.</i></p>
Q <sub>8</sub>	<p><b>Apakah ada sosialisasi kepada masyarakat tentang pajak reklame ?</b>  <i>Sosialisasi terhadap masyarakat ada, baliho besar di perempatan jalan tentang pajak reklame. Sosialisasinya berupa baliho dan spanduk.</i></p>
Q <sub>9</sub>	<p><b>Apakah pengawasan hanya dilakukan pada lokasi-lokasi tertentu?</b>  <i>Kita tidak hanya di jalan-jalan primer atau sekunder kita masuk ke pelosok-pelosok yang memeang menurut catatan kita daerah itu banyak pemasangan reklame. Bahkan ke perbatasan wilayah kita awasi.</i></p>
Q <sub>10</sub>	<p><b>Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame illegal?</b>  <i>Sanksi untuk sementara kita turunkan, jenis kain kita turunkan dan billboard kita gergaji.</i></p>
Q <sub>11</sub>	<p><b>Dari mana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan reklame di kota Tangerang?</b>  <i>Pembiayaan pengawasan reklame di Kota Tangerang bersumber dari APBD.</i></p>

Q <sub>12</sub>	<b>Apakah pengawasan yang dilakukan disesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat ataupun lingkungan yang senantiasa berubah-ubah?</b> <i>Apapun kondisi lingkungan walau hujan kita tetap turun.</i>
Q <sub>13</sub>	<b>Apakah ada PERDA yang mengatur tentang pengelolaan pajak reklame di kota Tangerang?</b> <i>Ada, Perda nomor 7 tahun 2010 tentang Pajak Daerah.</i>
Q <sub>14</sub>	<b>Apakah sudah ada petunjuk pelaksana dan petunjuk teknis yang memuat petunjuk atau pedoman dalam pengawasan pajak?</b> <i>Kalau peraturan teknis diatur dalam Perwal.</i>
Q <sub>15</sub>	<b>Apakah hasil atau realisasi pajak reklame sampai saat ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?</b> <i>Sudah melebihi target.</i>
Q <sub>16</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame sampai saat ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?</b> <i>Alhamdulillah sampai saat ini sesuai dengan apa yang diharapkan tapi kita intens terus menerus jadi ketika ada media yang melanggar tidak kita biarkan.</i>

Keterangan : I<sub>1,2</sub> = Kepala Seksi Penagihan DPKAD Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Rabu Tanggal 29 Mei 2013, Jam 14.00-14.15 WIB. Wawancara dilakukan di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Q / I	I <sub>1,2</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Apakah pajak reklame memiliki kontribusi terhadap sumber pendapatan asli daerah di Kota Tangerang?</b> <i>Iya memiliki kontribusi.</i>
Q <sub>2</sub>	<b>Apakah ada pengawasan yang dilakukan oleh DPKAD terhadap reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Kita mengawasi terhadap reklame yang belum melakukan pembayaran, seperti billboard, papan merek, spanduk, umbul-umbul yang melanggar. Cirinya untuk billboard, dia ada stiker pembayaran yang resmi, untuk spanduk dan baliho ada paraf.</i>
Q <sub>3</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin dan berapa kali dalam 1 minggu?</b> <i>Setiap hari hampir kita lakukan, hari libur pun kita tetap jalan.</i>
Q <sub>4</sub>	<b>Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh DPKAD dalam melakukan pengawasan apa saja?</b>

	<i>Kita memiliki 2 mobil operasional.</i>
Q <sub>5</sub>	<b>Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai ?</b> <i>Sudah karena kita juga dibantu dinas-dinas lain.</i>
Q <sub>6</sub>	<b>Selain DPKAD, siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>DKP dan Satpol PP bagian pengeksekusian.</i>
Q <sub>8</sub>	<b>Apakah ada sosialisasi kepada masyarakat tentang pajak reklame?</b> <i>Tidak ada karena pada dasarnya semua wajib pajak sudah banyak yang tau.</i>
Q <sub>9</sub>	<b>Apakah pengawasan hanya dilakukan pada lokasi-lokasi tertentu?</b> <i>Dilakukan ke seluruh Kota Tangerang.</i>
Q <sub>10</sub>	<b>Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame illegal?</b> <i>Sanksi hanya penurunan, tidak ada sanksi pidana selama ini.</i>
Q <sub>13</sub>	<b>Apakah ada PERDA yang mengatur tentang pengelolaan pajak reklame di kota Tangerang?</b> <i>Ada Perda nomor 7 tahun 2010.</i>
Q <sub>16</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame sampai saat ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?</b> <i>Kalau dilihat dari progresnya kita banyak kemajuan.</i>

Keterangan : I<sub>1.1</sub> = Kepala Seksi Pendataan dan Pengelolaan Kekayaan Aset

Daerah DPKAD Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Rabu Tanggal 29 Mei 2013, Jam 08.30-08.45 WIB. Wawancara dilakukan di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Q I	I <sub>1.3</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Apakah pajak reklame memiliki kontribusi terhadap sumber pendapatan asli daerah di Kota Tangerang?</b> <i>Memiliki.</i>

Q <sub>2</sub>	<p><b>Apakah ada pengawasan yang dilakukan oleh DPKAD terhadap reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Ada.</i></p>
Q <sub>3</sub>	<p><b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin dan berapa kali dalam 1 minggu?</b></p> <p><i>Rutin tidak hanya seminggu tapi hampir setiap hari dilakukan pengawasan.</i></p>
Q <sub>4</sub>	<p><b>Bagaimana dengan laporan hasil pengawasan?</b></p> <p><i>Iya ada laporannya.</i></p>
Q <sub>5</sub>	<p><b>Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh DPKAD dalam melakukan pengawasan apa saja?</b></p> <p><i>Sarana ada mobil operasional skywalker.</i></p>
Q <sub>7</sub>	<p><b>Berapa jumlah anggota petugas yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Saya tidak hapal biasanya dalam penugasan ada 2 mobil dan dalam 1 mobil isinya minimal 3 orang.</i></p>
Q <sub>8</sub>	<p><b>Selain DPKAD, siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>BPPMPT, DKP dalam penataan lokasi reklame dan Satpol PP dilibatkan dalam proses penegakan perda. Masyarakat secara langsung tidak dilibatkan dan ada LSM juga yang mengawasi.</i></p>
Q <sub>9</sub>	<p><b>Apakah ada sosialisasi kepada masyarakat tentang pajak reklame?</b></p> <p><i>Sosialisasi ada biasanya dilakukan ketika proses pendataan di lapangan karena reklame ini tidak seperti pajak restoran yang pemiliknya ada disitu, kalau reklame pemiliknya tidak dilokasi biasanya kami memberitahukan melalui media reklame atau billboard kalau belum melakukan perijinan akan kita tindak.</i></p>
Q <sub>10</sub>	<p><b>Apakah pengawasan hanya dilakukan pada lokasi-lokasi tertentu?</b></p> <p><i>Dilakukan ke seluruh Kota Tangerang. Pengawasan menyeluruh cuma karena ada keterbatasan sumber daya kita bergilir karena dibagi ke 3 wilayah ada UPTD timur, barat, dan tengah.</i></p>

Q <sub>11</sub>	<b>Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame ilegal?</b> <i>Sanksinya penertiban medianya.</i>
Q <sub>12</sub>	<b>Apakah dalam melakukan pengawasan ada ancaman dari luar?</b> <i>Kita melakukan pendekatan persuasif.</i>
Q <sub>15</sub>	<b>Apakah ada PERDA yang mengatur tentang pengelolaan pajak reklame di kota Tangerang?</b> <i>Ada, Perda nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah.</i>
Q <sub>16</sub>	<b>Apakah sudah ada petunjuk pelaksana dan petunjuk teknis yang memuat petunjuk atau pedoman dalam pengawasan pajak?</b> <i>Diatur dalam peraturan walikota.</i>
Q <sub>17</sub>	<b>Apakah hasil atau realisasi pajak reklame sampai saat ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?</b> <i>Jauh diatas yang ditargetkan, alhamdulillah kita cukup banyak perolehan targetnya.</i>

Keterangan : I<sub>1,3</sub> = Kepala Seksi Penetapan DPKAD Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Kamis Tanggal 30 Mei 2013, Jam 09.00-09.15 WIB. Wawancara dilakukan di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Q I	I <sub>1,4</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Apakah pajak reklame memiliki kontribusi terhadap sumber pendapatan asli daerah di Kota Tangerang?</b> <i>Ada, sangat besar.</i>
Q <sub>2</sub>	<b>Apakah ada pengawasan yang dilakukan oleh DPKAD terhadap reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Pengawasan berupa kegiatan pendataan reklame dan operasi reklame.</i>

Q <sub>3</sub>	<p><b>Apa tujuan dilakukannya pengawasan?</b></p> <p><i>Untuk mengawasi reklame-reklame liar.</i></p>
Q <sub>4</sub>	<p><b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin dan berapa kali dalam 1 minggu?</b></p> <p><i>Rutin, hampir tiap hari.</i></p>
Q <sub>5</sub>	<p><b>Bagaimana dengan laporan hasil pengawasan?</b></p> <p><i>Ada. spanduk kita cabut dan kalau billboard dan papan merek foto-foto.</i></p>
Q <sub>6</sub>	<p><b>Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh DPKAD dalam melakukan pengawasan apa saja?</b></p> <p><i>Kamera dan mobil operasional.</i></p>
Q <sub>7</sub>	<p><b>Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai?</b></p> <p><i>Sudah, karena kita juga dibantu dinas lain, seperti Satpol PP.</i></p>
Q <sub>8</sub>	<p><b>Berapa jumlah anggota petugas yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Sekitar 20 orang.</i></p>
Q <sub>9</sub>	<p><b>Selain DPKAD, siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Dinas Pertamanan dan Satpol PP, kecamatan juga.</i></p>
Q <sub>10</sub>	<p><b>Apakah ada sosialisasi kepada masyarakat tentang pajak reklame?</b></p> <p><i>Ada sosialisasi ke kecamatan, bentuknya pengarahan kalau reklame yang liar itu seperti apa nanti kita jelaskan.</i></p>
Q <sub>11</sub>	<p><b>Apakah pengawasan hanya dilakukan pada lokasi-lokasi tertentu?</b></p> <p><i>Kita kerjasama dengan UPTD barat dan timur.</i></p>
Q <sub>12</sub>	<p><b>Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame ilegal?</b></p> <p><i>Sanksi berupa penyegelan, sanksi hukum berupa perdata.</i></p>
Q <sub>13</sub>	<p><b>Dari mana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan</b></p>

	<b>reklame di kota Tangerang?</b> <i>Ada, dari APBD.</i>
Q <sub>14</sub>	<b>Apakah personil dinas yang terlibat sudah memahami juklak, juknis, serta standar operasional dalam pengawasan reklame?</b> <i>Sudah.</i>
Q <sub>15</sub>	<b>Apakah ada PERDA yang mengatur tentang pengelolaan pajak reklame di kota Tangerang?</b> <i>Ada.</i>
Q <sub>16</sub>	<b>Apakah sudah ada petunjuk pelaksana dan petunjuk teknis yang memuat petunjuk atau pedoman dalam pengawasan pajak?</b> <i>Ada.</i>
Q <sub>17</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame sampai saat ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?</b> <i>Sudah sangat efektif, semenjak dilakukan pengawasan PAD meningkat.</i>

Keterangan : I<sub>1,4</sub> = Pelaksana DPKAD Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Hari Senin Tanggal 01 Juli 2013, Jam 09.00-09.15 WIB. Wawancara dilakukan di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Q I	I <sub>1,5</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Apakah pajak reklame memiliki kontribusi terhadap sumber pendapatan asli daerah di Kota Tangerang?</b> <i>Sangat memiliki sekali, kontribusinya terhadap pemerintah daerah dalam rangka melaksanakan pembangunan di kota Tangerang.</i>
Q <sub>2</sub>	<b>Apakah ada pengawasan yang dilakukan oleh DPKAD terhadap reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Dalam melakukan pengawasan pajak reklame kita meliputi beberapa</i>

	<i>instansi selain DPKAD, Satpol PP kita libatkan, DKP kita libatkan. Dinas ini kita ikut sertakan dalam rangka pengawasan reklame terutama reklame yang bermasalah.</i>
Q <sub>3</sub>	<b>Apa tujuan dilakukannya pengawasan?</b> <i>Dalam rangka upaya wajib pajak tertib dalam melakukan pemasangan dan agar PAD nambah dari reklame itu.</i>
Q <sub>4</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin dan berapa kali dalam 1 minggu?</b> <i>Seminggu melakukan operasi reklame hampir tiap hari.</i>
Q <sub>5</sub>	<b>Bagaimana dengan laporan hasil pengawasan?</b> <i>Dari hasil operasi reklame kita data yang tidak bayar kemudian kita turunkan yang menunggak yang tidak ada validasi maupun tanda tangan pimpinan.</i>
Q <sub>6</sub>	<b>Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh DPKAD dalam melakukan pengawasan apa saja?</b> <i>Sarana untuk menunjang kita punya 2 bahkan 3 sampai 4. Yang hidrolis 1.</i>
Q <sub>7</sub>	<b>Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai?</b> <i>Kalau dibilang sarana sudah memadai itu sangat belum karena kita masih banyak kekurangan sarana-sarana yang perlu dalam menunjang operasi reklame.</i>
Q <sub>8</sub>	<b>Berapa jumlah anggota petugas yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Setiap hari 1 kendaraan dinas, 6 atau 3 orang.</i>
Q <sub>10</sub>	<b>Apakah ada sosialisasi kepada masyarakat tentang pajak reklame?</b> <i>Kita berupaya kepada WP memberikan pengertian agar mereka itu tertib dalam melakukan pembayaran reklame.</i>
Q <sub>11</sub>	<b>Apakah pengawasan yang dilakukan sudah menyeluruh atau belum?</b> <i>Kalau untuk menyeluruh memang belum maksimal karena kita butuh proses, makanya untuk sempurna kita libatkan instansi lain supaya operasi menyeluruh itu dapat terlaksana dengan baik.</i>

Q <sub>12</sub>	<p><b>Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame ilegal?</b></p> <p><i>Untuk sanksi yang terberat sampai pemanggilan kadang dilakukan oleh pimpinan kita, yang tidak bayar didata kemudian kita panggil melalui surat, mereka datang kemudian kita berikan teguran dan lain sebagainya.</i></p>
Q <sub>13</sub>	<p><b>Dari mana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan reklame di kota Tangerang?</b></p> <p><i>Dari APBD.</i></p>
Q <sub>14</sub>	<p><b>Apakah dalam melakukan pengawasan ada ancaman dari luar?</b></p> <p><i>Ya, kadang sewaktu di lapangan ada saja WP yang bertentangan, mereka kadang bersikukuh reklamenya tidak mau dicabut. Contohnya promosi rokok, biasanya banyak spanduk yang dipasang, kadang mereka tidak bayar karena event mereka itu hanya 1 minggu. Kemudian kita adakan operasi dan mereka keberatan untuk di cabut. Dalam hal ini kita melakukan musyawarah secara tertulis bahwa hari selanjutnya mereka akan mengurus reklame yang tidak bayar.</i></p>
Q <sub>15</sub>	<p><b>Apakah ada PERDA yang mengatur tentang pengelolaan pajak reklame di kota Tangerang?</b></p> <p><i>Perda nomor 7 tahun 2010.</i></p>
Q <sub>16</sub>	<p><b>Apakah sudah ada petunjuk pelaksana dan petunjuk teknis yang memuat petunjuk atau pedoman dalam pengawasan pajak?</b></p> <p><i>Juklak ada, petunjuk teknis juga ada.</i></p>
Q <sub>17</sub>	<p><b>Apakah hasil atau realisasi pajak reklame sampai saat ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?</b></p> <p><i>Ya, Alhamdulillah dengan kita rajin melakukan pengawasan untuk 100% itu belum, paling tidak 80% sampai 90% Kota Tangerang reklamenya sudah melalui proses agak tertib dibandingkan dengan kota-kota lain karena gencarnya operasi reklame yang kita lakukan.</i></p>

Keterangan : I<sub>1,5</sub> = Pelaksana DPKAD Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Hari Senin Tanggal 01 Juli 2013, Jam 11.00-11.30 WIB. Wawancara dilakukan di ruang kantor DPKAD Kota Tangerang.

Q I	I <sub>2.1</sub>
Q <sub>1</sub>	<p><b>Apakah pajak reklame memiliki kontribusi terhadap sumber pendapatan asli daerah di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Iya.</i></p>
Q <sub>2</sub>	<p><b>Apakah ada pengawasan yang dilakukan oleh DKP terhadap reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Ada karena itu merupakan tupoksi kita, pengawasan dan penataan.</i></p>
Q <sub>3</sub>	<p><b>Apa tujuan dilakukannya pengawasan?</b></p> <p><i>Pertama, penertiban artinya dalam hal kebersihan K3 dalam hal estetika kotanya, kedua untuk peningkatan pajak karena reklame yang dipasang harus memiliki izin.</i></p>
Q <sub>4</sub>	<p><b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin?</b></p> <p><i>Rutin, sebenarnya setiap hari kecuali hari minggu kita rutin keliling lapangan ada 2 tim. Minggu pun sebenarnya jalan jika ada perintah langsung.</i></p>
Q <sub>5</sub>	<p><b>Bagaimana dengan laporan hasil pengawasan?</b></p> <p><i>Setiap minggu kita laporan ke Pak Walikota.</i></p>
Q <sub>6</sub>	<p><b>Sarana dan presarana yang dimiliki DKP dalam melakukan pengawasan reklame?</b></p> <p><i>Kita punya 2 kendaraan mobil dilengkapi dengan peralatan menunjang seperti cater dan gergaji kecuali mesin las kita belum punya.</i></p>
Q <sub>7</sub>	<p><b>Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki saat ini sudah memadai?</b></p> <p><i>Masih belum memadai.</i></p>
Q <sub>8</sub>	<p><b>Berapa jumlah anggota petugas DKP yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Jumlahnya ada 14 orang ditambah petugas administrasi menjadi 15 orang.</i></p>

Q <sub>9</sub>	<p><b>Siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Satpol PP dan DPKAD Kota Tangerang.</i></p>
Q <sub>10</sub>	<p><b>Menurut anda, siapa yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Pengawasan ada di kita dan untuk penertiban ada di Satpol PP.</i></p>
Q <sub>11</sub>	<p><b>Apakah pengawasan reklame yang dilakukan sudah menyeluruh?</b></p> <p><i>Kalau menyeluruh berdasarkan jenis reklame sudah. Tapi kalau menyeluruh secara wilayah belum karena keterbatasan petugas dan peralatan.</i></p>
Q <sub>12</sub>	<p><b>Apakah pengawasan hanya dilakukan di lokasi-lokasi tertentu saja seperti di jalan-jalan protokol saja ?</b></p> <p><i>Sementara ini hanya di jalan-jalan protokol, karena ruas jalan yang harus diawasi sangat banyak sementara petugas kita terbatas, sehingga kita tidak bisa secara menyeluruh. Tetapi dalam hal ini kita dibantu trantibnya dari Satpol PP kecamatan. Trantib dari kecamatan juga ada yang aktif ada juga yang tidak. Masyarakat tidak terlibat pengawasan.</i></p>
Q <sub>13</sub>	<p><b>Apakah ada sosialisasi tentang pajak reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>Karena target kita bukan masyarakat, target kita adalah pengusaha-pengusaha. Sehingga sosialisasi dari DKP itu tidak ada.</i></p>
Q <sub>14</sub>	<p><b>Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame secara illegal?</b></p> <p><i>Kita potong reklamenya, tidak ada sanksi hukum.</i></p>
Q <sub>15</sub>	<p><b>Dari mana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b></p> <p><i>APBD.</i></p>
Q <sub>16</sub>	<p><b>Apakah pengawasan yang dilakukan disesuaikan dengan kondisi lingkungan?</b></p> <p><i>Yang jelas kita tiap hari turun ke lapangan walaupun cuaca tidak mendukung selama 8 jam.</i></p>
Q <sub>17</sub>	<p><b>Apakah dalam melakukan pengawasan terdapat ancaman dari luar? Bagaimana menanggapi ancaman tersebut?</b></p> <p><i>Banyak, kita punya aturan dan rata-rata mereka menerima itu.</i></p>

Q <sub>18</sub>	<b>Apakah ada peraturan daerah yang mengatur tentang pengelolaan pajak di Kota Tangerang?</b> <i>Perda Tahun 98, tapi saya lupa nomornya.</i>
Q <sub>19</sub>	<b>Apakah sudah terdapat petunjuk pelaksana (Juklak), petunjuk teknis (Juknis) dan standar operasional dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Ada. Keputusan Walikota Nomor 5 Tahun 2002 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Reklame.</i>
Q <sub>20</sub>	<b>Apakah petugas DKP sudah mengerti Juklak, Juknis maupun standar operasional?</b> <i>Sudah.</i>
Q <sub>21</sub>	<b>Menurut anda, apakah sejauh ini melihat hasil pengawasan yang dilakukan DPKAD, DKP maupun Satpol PP sudah baik?</b> <i>Kalau baik, sudah, artinya sudah cukup baiklah. Tapi kalau untuk memuaskan, belum karena secara wilayah kita belum menjangkau semua wilayah. Daerah-daerah ujung belum terjamah.</i>

Keterangan : I<sub>2.1</sub> = Pelaksana DKP Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Selasa Tanggal 25 Juni 2013, Jam 10.00-10.15 WIB. Wawancara dilakukan di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

Q I	I <sub>2.2</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Apakah pajak reklame memiliki kontribusi terhadap sumber pendapatan asli daerah di Kota Tangerang?</b> <i>Ada kontribusinya.</i>
Q <sub>2</sub>	<b>Apakah ada pengawasan yang dilakukan oleh DKP terhadap reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Ada, tupoksi kita memang di pengawasan dan penataan kota.</i>
Q <sub>4</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin?</b> <i>Tiap hari jalan turun ke lapangan.</i>
Q <sub>5</sub>	<b>Bagaimana dengan laporan hasil pengawasan?</b>

	<i>Ada pencatatan tentang hasil pengawasan.</i>
Q <sub>6</sub>	<b>Sarana dan presarana yang dimiliki DKP dalam melakukan pengawasan reklame?</b> <i>Kita punya 2 kendaraan mobil, kita bagi 2 tim barat dan timur. Satu tim itu ada 7 personil. Wilayah barat mencakup Jatiuwung, Benda, Neglasari, Karawaci. Sedangkan, wilayah timur mencakup Cipondoh, Pinang, Larangan, dan Karang Tengah.</i>
Q <sub>7</sub>	<b>Apakah sarana dan prasarana yang dimiliki saat ini sudah memadai?</b> <i>Untuk sementara sudah memadai.</i>
Q <sub>8</sub>	<b>Berapa jumlah anggota petugas DKP yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Jumlahnya ada 14 orang dibagi 2 tim setiap tim terdiri dari 7 petugas.</i>
Q <sub>9</sub>	<b>Siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Satpol PP dan DPKAD Kota Tangerang.</i>
Q <sub>10</sub>	<b>Menurut anda, siapa yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Pengawasan ada di kita karena itu merupakan tupoksi kita.</i>
Q <sub>11</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame yang dilakukan sudah menyeluruh?</b> <i>Kita menetapkan K3 (Kebersihan,Keamanan dan Ketertiban).</i>
Q <sub>12</sub>	<b>Apakah pengawasan hanya dilakukan di lokasi-lokasi tertentu saja seperti di jalan-jalan protokol saja?</b> <i>Sebenanrnya DKP menyediakan tempat-tempat untuk memasang spanduk, diluar itu walaupun ada izin tetap kita copot atau kita turunkan.</i>
Q <sub>13</sub>	<b>Apakah ada sosialisasi tentang pajak reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Tidak ada karena memang mereka sudah paham.</i>
Q <sub>14</sub>	<b>Apakah ada sanksi yang dikenakan bagi wajib pajak yang tidak membayar atau memasang reklame secara illegal?</b> <i>Kita hanya mencopot reklame dan itu tugasnya Satpol PP. Tidak ada sanksi hukum.</i>
Q <sub>15</sub>	<b>Dari mana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>APBD.</i>
Q <sub>16</sub>	<b>Apakah pengawasan yang dilakukan disesuaikan dengan kondisi lingkungan?</b> <i>Mobilitas saja sesuai dengan jadwal.</i>
Q <sub>17</sub>	<b>Apakah dalam melakukan pengawasan terdapat ancaman dari luar? Bagaimana menanggapi ancaman tersebut ?</b> <i>Yang seperti itu ada. Tapi kita koordinasi dengan dinas lain.</i>
Q <sub>18</sub>	<b>Apakah ada peraturan daerah yang mengatur tentang pengelolaan pajak di Kota Tangerang?</b> <i>Ada.</i>

Q <sub>19</sub>	<b>Apakah sudah terdapat petunjuk pelaksana (Juklak), petunjuk teknis (Juknis) dan standar operasional dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Di kita ada, di BPPMPT juga ada.</i>
Q <sub>20</sub>	<b>Apakah petugas DKP sudah mengerti Juklak, Juknis maupun standar operasional?</b> <i>Sudah. Sebenarnya mereka sudah pada paham.</i>
Q <sub>21</sub>	<b>Menurut anda, apakah sejauh ini melihat hasil pengawasan yang dilakukan DPKAD, DKP maupun Satpol PP sudah baik?</b> <i>Sebenarnya kita sudah saling koordinasi. Kita juga sering mengadakan rapat dengan dinas-dinas lain.</i>

Keterangan : I<sub>2,2</sub> = Kepala Seksi Reklame dan Dekorasi DKP Kota

Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Jumat Tanggal 28 Juni 2013, Jam 08.00-08.15 WIB. Wawancara dilakukan di ruang kantor DKP Kota Tangerang.

Q I	I <sub>3,1</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Apakah ada perda yang mengatur tentang pajak daerah khususnya pajak reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Ada, yaitu perda nomor 7 tahun 2010.</i>
Q <sub>2</sub>	<b>Apa tujuan dari dibuatnya perda tentang pajak daerah tersebut khususnya untuk pajak reklame?</b> <i>Yang Pertama, untuk mentaati segala bentuk peraturan daerah itu. Yang kedua, mungkin memahami untuk giat dari Pemkot Tangerang terkait semua itu masyarakat mentaati akan tertibnya masalah Perda tahun 2010.</i>
Q <sub>3</sub>	<b>Bagaimana sikap personil Satpol PP dalam penegakkan perda tersebut?</b> <i>Selalu menyikapi terkait dengan pelanggaran reklame secara tegas.</i>
Q <sub>4</sub>	<b>Apakah penertiban pajak reklame dilakukan secara rutin?</b> <i>Secara continue tidak. Itu permintaan dari SKPD lain. Terkait dari masalah perijinan dari BPPMPT, masalah pajaknya dari DPKAD terkait dengan perpenjangan masalah pajak.</i>
Q <sub>5</sub>	<b>Bagaimana dengan laporan hasil penertiban?</b> <i>Laporan pasti ada.</i>
Q <sub>6</sub>	<b>Apakah perda tentang pajak daerah sudah di sosialisasikan kepada masyarakat?</b> <i>Kalau dari kami karena tugas pokok dan fungsinya penegakkan perda,</i>

	<i>sosialisasi mungkin dilakukan oleh SKPD lain mungkin dari BPPMPT ataupun DPKAD.</i>
Q <sub>7</sub>	<b>Di lokasi mana dilakukan penertiban terhadap pajak reklame ini?</b> <i>Terkait nanti surat permohonan penertiban yang disampaikan dari DPKAD maupun BPPMPT ke Satuan Polisi Pamong Praja.</i>
Q <sub>8</sub>	<b>Darimana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Dari APBD.</i>
Q <sub>9</sub>	<b>Sarana dan prasarana apa saja yang di miliki Satpol PP untuk melakukan penertiban reklame ilegal di Kota Tangerang?</b> <i>Mobil operasional ada 2, terus untuk yang jenset ada 1 buah, cutting pemotong besi/beton ada 3 buah.</i>
Q <sub>10</sub>	<b>Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai?</b> <i>Untuk saat ini mencukupi.</i>
Q <sub>11</sub>	<b>Apakah terdapat kendala atau hambatan dalam penertiban reklame ilegal di Kota Tangerang?</b> <i>Sampai saat ini Alhamdulillah tidak ada masalah karena kita sudah melakukan koordinasi dengan baik dari jajaran SKPD yang lain.</i>
Q <sub>12</sub>	<b>Berapa jumlah personil Satpol PP yang terlibat dalam pelaksanaan penertiban reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Kurang lebih 30 orang.</i>
Q <sub>13</sub>	<b>Siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Itu ada timnya yang diatur oleh kepala daerah. DPKAD, Dishub dan beberapa personil Satpol PP.</i>
Q <sub>14</sub>	<b>Perubahan apa yang ingin dicapai dalam perda tersebut khususnya pada pajak reklame?</b> <i>Untuk perubahan, saya harapkan untuk kedepannya dari SKPD lain lebih up to date dalam memberikan informasi yang lebih baik dan akurat untuk objek-objek yang memang harus di tertibkan.</i>
Q <sub>15</sub>	<b>Apakah sulit melakukan penertiban reklame ilegal?</b> <i>Untuk Satpol PP terkait dengan masalah penegakkan peraturan daerah sampai saat ini tidak ada kesulitan.</i>
Q <sub>16</sub>	<b>Apakah sudah terdapat petunjuk pelaksana (juklak) dan petunjuk teknis (juknis)?</b> <i>Untuk petunjuk teknis sudah dilakukan dengan baik oleh Satpol PP tapi untuk reklame adanya di BPPMPT atau DPKAD.</i>
Q <sub>17</sub>	<b>Bagaimana hasil dari penertiban yang sudah di capai oleh Satpol PP Kota Tangerang selama ini</b> <i>Sampai saat ini bisa dibilang baik dan sukses. Karena selalu melakukan koordinasi dengan baik dengan DPKAD dan dinas-dinas lain.</i>

Keterangan : I<sub>3,1</sub> = Kepala Seksi Laporan dan Pemantauan Satpol PP Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Senin Tanggal 08 Juli 2013, Jam 10.00-10.15 WIB. Wawancara dilakukan di Ruang kantor Satpol PP Kota Tangerang.

Q I	I <sub>3.2</sub>
Q <sub>1</sub>	<p><b>Apakah ada perda yang mengatur tentang pajak daerah khususnya pajak reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>Ada, yaitu Perda Nomor 7 Tahun 2010.</i></p>
Q <sub>2</sub>	<p><b>Apa tujuan dari dibuatnya perda tentang pajak daerah tersebut khususnya untuk pajak reklame?</b>  <i>Yang Pertama, untuk mentaati segala bentuk peraturan daerah itu. Yang kedua, mungkin memahami untuk giat dari pemkot Tangerang terkait semua itu masyarakat mentaati akan tertibnya masalah perda tahun 2010.</i></p>
Q <sub>3</sub>	<p><b>Apakah pengawasan yang dilakukan disesuaikan dengan kondisi lingkungan?</b>  <i>Tidak, kita tetap turun ke lapangan.</i></p>
Q <sub>4</sub>	<p><b>Apakah penertiban pajak reklame dilakukan secara rutin?</b>  <i>Penertiban pajak reklame dilakukan secara rutin, bisa setiap hari.</i></p>
Q <sub>5</sub>	<p><b>Bagaimana dengan laporan hasil penertiban?</b>  <i>Laporan biasanya ada.</i></p>
Q <sub>6</sub>	<p><b>Apakah perda tentang pajak daerah sudah di sosialisasikan kepada masyarakat?</b>  <i>Kalau dari kami karena tugas pokok dan fungsinya penegakkan perda, sosialisasi mungkin dilakukan oleh SKPD lain mungkin dari BPPMPT ataupun DPKAD.</i></p>
Q <sub>7</sub>	<p><b>Di lokasi mana dilakukan penertiban terhadap pajak reklame ini ?</b>  <i>Kita melakukan penertiban menyeluruh. Tentu untuk yang illegal saja.</i></p>
Q <sub>8</sub>	<p><b>Darimana sumber pembiayaan pelaksanaan pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>Dari APBD.</i></p>
Q <sub>9</sub>	<p><b>Sarana dan prasarana apa saja yang di miliki Satpol PP untuk melakukan penertiban reklame illegal di Kota Tangerang?</b>  <i>Kita sudah punya mobil operasional.</i></p>
Q <sub>10</sub>	<p><b>Apakah sarana dan prasarana tersebut sudah memadai?</b>  <i>Saya kira sudah bagus.</i></p>
Q <sub>11</sub>	<p><b>Apakah terdapat kendala atau hambatan dalam penertiban reklame ilegal di Kota Tangerang?</b>  <i>Sampai saat ini Alhamdulillah tidak ada masalah karena kita sudah melakukan koordinasi dengan baik dari jajaran SKPD yang lain.</i></p>
Q <sub>12</sub>	<p><b>Berapa jumlah personil Satpol PP yang terlibat dalam pelaksanaan penertiban reklame di Kota Tangerang?</b></p>

	<i>Kurang lebih 25 orang tapi semua perda.</i>
Q <sub>13</sub>	<b>Siapa saja pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>DPKAD, Dinas PU, DKP Kota Tangerang.</i>
Q <sub>14</sub>	<b>Apakah dalam melakukan pengawasan ada tekanan dari luar?</b> <i>Tidak karena kita sudah melakukan sesuai prosedur.</i>
Q <sub>15</sub>	<b>Apakah sulit melakukan penertiban reklame ilegal?</b> <i>Untuk Satpol PP terkait dengan masalah penegakkan peraturan daerah sampai saat ini tidak ada kesulitan.</i>
Q <sub>16</sub>	<b>Apakah sudah terdapat petunjuk pelaksana (juklak) dan petunjuk teknis (juknis)?</b> <i>Untuk di Satpol PP tidak ada.</i>
Q <sub>17</sub>	<b>Bagaimana hasil dari penertiban yang sudah di capai oleh Satpol PP Kota Tangerang selama ini?</b> <i>Sudah baik, koordinasi juga sudah bagus.</i>

Keterangan : I<sub>3,2</sub> = Kepala Seksi Penyuluhan Satpol PP Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Selasa Tanggal 25 Juni 2013, Jam 09.00-09.15 WIB. Wawancara dilakukan di Ruang kantor Satpol PP Kota Tangerang.

Q I	I <sub>4,1</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Apakah anda mengetahui tentang adanya pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Iya.</i>
Q <sub>2</sub>	<b>Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Saya tidak tahu, yang jelas pengawasannya itu ada.</i>
Q <sub>3</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin?</b> <i>Kayanya rutin hampir setiap hari.</i>
Q <sub>4</sub>	<b>Berapa kali dilakukannya pengawasan reklame?</b> <i>Hampir setiap hari.</i>
Q <sub>5</sub>	<b>Apakah anda pernah mendapat sosialisasi dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame?</b> <i>Kalau reklame ngga, cuma pemberitahuan saja.</i>
Q <sub>6</sub>	<b>Dimana lokasi penetapan reklame anda?</b> <i>Di jalan.</i>
Q <sub>7</sub>	<b>Apa alasan anda dalam pemasangan reklame dilokasi tersebut?</b> <i>Lokasi, pihak BPPMPT yang menentukan.</i>
Q <sub>8</sub>	<b>Apakah saja kendala-kendala dalam pemenuhan kewajiban pajak</b>

	<b>reklame anda?</b> <i>Tidak ada hanya lokasi saja kurang banyak.</i>
Q <sub>9</sub>	<b>Menurut anda, apa yang menjadi penyebab wajib pajak tidak membayar atau menunggak dalam pembayaran pajak reklame?</b> <i>Oh saya tidak tahu.</i>
Q <sub>10</sub>	<b>Apakah tarif pajak reklame yang ditetapkan sudah sesuai?</b> <i>Sesuai ngga sesuai kan mereka yang membuat aturan, ya kita terima saja.</i>
Q <sub>11</sub>	<b>Apakah anda sebagai wajib pajak dilibatkan dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Tidak dilibatkan.</i>
Q <sub>12</sub>	<b>Siapa saja yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>DPKAD.</i>
Q <sub>13</sub>	<b>Bagaimana tanggapan anda mengenai proses penyelenggaraan reklame atau pelayanan terhadap reklame?</b> <i>Pelayanannya cepat dan ramah.</i>
Q <sub>14</sub>	<b>Bagaimana cara agar pengawasan reklame di Kota Tangerang berjalan efektif?</b> <i>Mungkin dengan pengawasan rutin tapi yang saya lihat sih mereka keliling setiap hari.</i>

Keterangan : I<sub>4.1</sub> = Wajib Pajak reklame Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Senin Tanggal 01 Juli 2013, Jam 09.30-09.45 WIB. Wawancara dilakukan di DPKAD Kota Tangerang.

Q / I	I <sub>4.2</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Apakah anda mengetahui tentang adanya pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Iya ada yang mengawasi.</i>
Q <sub>2</sub>	<b>Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Sepertinya rutin.</i>
Q <sub>3</sub>	<b>Apakah pengawasan reklame dilakukan secara rutin?</b> <i>Sepertinya rutin dan jamnya dalam satu hari bisa acak.</i>
Q <sub>4</sub>	<b>Berapa kali dilakukannya pengawasan reklame?</b> <i>Sepertinya rutin.</i>
Q <sub>5</sub>	<b>Apakah anda pernah mendapat sosialisasi dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame?</b> <i>Karena kami orang Jakarta kami tidak tahu mengenai sosialisasi yang dilakukan.</i>

Q <sub>6</sub>	<b>Dimana lokasi penetapan reklame anda?</b> <i>Di Setos.</i>
Q <sub>7</sub>	<b>Apa alasan anda dalam pemasangan reklame dilokasi tersebut?</b> <i>Karena tanah sendiri dan lokasi strategis.</i>
Q <sub>8</sub>	<b>Apa saja kendala-kendala dalam pemenuhan kewajiban pajak reklame anda?</b> <i>Tidak ada, hanya lokasi saja kurang banyak.</i>
Q <sub>9</sub>	<b>Menurut anda, apa yang menjadi penyebab wajib pajak tidak membayar atau menunggak dalam pembayaran pajak reklame?</b> <i>Sebenarnya kami dari wajib pajak tidak seperti itu. Ini kelihatannya cuma oknum. Sebenarnya pajak tidak mahal, masih terjangkau.</i>
Q <sub>10</sub>	<b>Apakah tarif pajak reklame yang ditetapkan sudah sesuai?</b> <i>Menurut saya sudah sesuai.</i>
Q <sub>11</sub>	<b>Apakah anda sebagai wajib pajak dilibatkan dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Tidak dilibatkan.</i>
Q <sub>12</sub>	<b>Siapa saja yang terlibat dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Biasanya Dinas Penertiban dibawah kendali Walikota.</i>
Q <sub>13</sub>	<b>Bagaimana tanggapan anda mengenai proses penyelenggaraan reklame atau pelayanan terhadap reklame?</b> <i>Kadang-kadang kalau saya lihat, kadang cepat kadang tidak cepat. Seharusnya kalau orang bayar itu lebih cepat daripada orang menunggu dibayar (logikanya). Kadang waktu 1 jam tidak cukup. Seharusnya tidak sampai stengah jam sudah selesai karena semua sudah terurai sistem sudah jalan.</i>
Q <sub>14</sub>	<b>Bagaimana tanggapan anda terhadap sikap petugas yang memberikan pelayanan di DPKAD ini?</b> <i>Pelayanan bagus, melayaninya juga ramah.</i>
Q <sub>15</sub>	<b>Bagaimana cara agar pengawasan reklame di Kota Tangerang berjalan efektif?</b> <i>Biasanya yang paling baik dibuatkan label berupa stempel atau tanda tangan pejabat. Sekarang sudah ada paraf tapi paraf bisa di palsu. Tergantung juga pengawasan lapangan. Tapi pengawasan lapangan juga bisa dibeli. Harusnya pakai label yang paten itu menurut saya yang paling efektif.</i>

Keterangan : I<sub>4,2</sub> = Wajib Pajak reklame Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Senin Tanggal 01 Juli 2013, Jam 10.30-10.45 WIB. Wawancara dilakukan di DPKAD Kota Tangerang.

Q I	I <sub>5.1</sub>
Q <sub>1</sub>	<p><b>Bagaimana gambaran tentang keberadaan reklame dan pajak reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>Di era seperti ini, keberadaan reklame sangat dibutuhkan khususnya bagi perusahaan-perusahaan maupun masyarakat yang ingin mempromosikan barang atau jasa mereka. Untuk pajak reklame sendiri, saya rasa ini akan menjadi masukan yang bagus untuk daerah apabila bisa dikelola dengan baik.</i></p>
Q <sub>2</sub>	<p><b>Apakah anda mengetahui mengenai adanya pengawasan terhadap pajak reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>Setahu saya karena untuk pajak ini prosesnya ada di DPKAD ya saya rasa pasti ada pengawasan yang dilakukan dari pihak DPKAD.</i></p>
Q <sub>3</sub>	<p><b>Menurut anda, apakah pengawasan reklame yang dilakukan sampai saat ini oleh DPKAD, DKP dan Satpol PP Kota Tangerang sudah menyeluruh?</b>  <i>Menyeluruh atau tidaknya, saya tidak tahu karena memang kita sebagai masyarakat tidak dilibatkan.</i></p>
Q <sub>4</sub>	<p><b>Apakah anda pernah mendapatkan sosialisasi dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>Sosialisasi saya tidak tahu.</i></p>
Q <sub>5</sub>	<p><b>Menurut anda, apa yang menjadi penyebab wajib pajak memasang reklame tidak sesuai dengan prosedur (illegal)?</b>  <i>Mungkin pertama karena malas mengurus prosesnya mulai dari awal sampai pembayaran atau mungkin karena memang mereka tidak ingin membayar pajaknya.</i></p>
Q <sub>6</sub>	<p><b>Bagaimana tanggapan anda mengenai banyaknya pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak reklame, terutama mengenai banyaknya reklame illegal di Kota Tangerang?</b>  <i>Menurut saya, ini menjadi kerugian bagi daerah.</i></p>
Q <sub>7</sub>	<p><b>Menurut anda apa dampak yang ditimbulkan dari adanya pelanggaran-pelanggaran atas pajak reklame tersebut?</b>  <i>Pastinya pemasukan dari sektor pajak reklame akan berkurang dan untuk keindahan kota sendiri mungkin kurang enak dilihat.</i></p>
Q <sub>8</sub>	<p><b>Menurut anda, siapa yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b>  <i>Karena setahu saya proses pembayaran pajak ada di DPKAD ya mungkin yang paling bertanggung jawab adalah DPKAD.</i></p>
Q <sub>9</sub>	<p><b>Menurut anda, bagaimana sejauh ini melihat hasil kerja yang dilakukan oleh DPKAD, DKP dan Satpol PP Kota Tangerang dalam hal pengawasan reklame?</b>  <i>Saya tidak tahu tentang itu. Tapi kalau saya lihat dari estetikanya, untuk reklame di Kota Tangerang sudah rapih walaupun masih banyak yang yang illegal mungkin. Tapi sesekali saya pernah lihat</i></p>

	<i>bagaimana Satpol PP melakukan penertiban untuk reklame-reklame yang mungkin melanggar.</i>
Q <sub>10</sub>	<b>Menurut anda, bagaimana cara agar pengawasan reklame di Kota Tangerang dapat berjalan efektif?</b> <i>Lakukan pengawasan secara rutin dan menyeluruh. Berikan sanksi tegas bagi yang melanggar.</i>

Keterangan : I<sub>5.1</sub> = Masyarakat Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Rabu Tanggal 10 Juli 2013, Jam 15.00-15.15 WIB. Wawancara dilakukan di rumah warga Kota Tangerang.

Q / I	I <sub>5.2</sub>
Q <sub>1</sub>	<b>Bagaimana gambaran tentang keberadaan reklame dan pajak reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Keberadaan reklame penting untuk mengiklankan atau memberitahu kepada masyarakat tentang usaha yang sedang buat.</i>
Q <sub>2</sub>	<b>Apakah anda mengetahui mengenai adanya pengawasan terhadap pajak reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Saya tidak begitu mengetahui secara pasti, tapi pasti ada.</i>
Q <sub>3</sub>	<b>Dinas apa yang bertanggung jawab terhadap pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Setahu saya dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah karena proses perijinan ada disana. Kadang juga saya melihat Satpol PP melakukan penertiban reklame-reklame liar.</i>
Q <sub>4</sub>	<b>Menurut anda, apakah pengawasan reklame yang dilakukan sampai saat ini oleh DPKAD dan Satpol PP Kota Tangerang sudah menyeluruh?</b> <i>Saya tidak tahu.</i>
Q <sub>5</sub>	<b>Apakah anda pernah mendapatkan sosialisasi dalam rangka usaha peningkatan pendapatan pajak reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Tidak.</i>
Q <sub>6</sub>	<b>Menurut anda, apa yang menjadi penyebab wajib pajak memasang reklame tidak sesuai dengan prosedur (illegal)?</b> <i>Ya mungkin itu cara mereka agar terhindar dari pajak.</i>
Q <sub>7</sub>	<b>Bagaimana tanggapan anda mengenai banyaknya pelanggaran yang dilakukan oleh wajib pajak reklame, terutama mengenai banyaknya reklame illegal di Kota Tangerang?</b> <i>Yang jelas daerah akan rugi dan merusak pemandangan Kota sih.</i>
Q <sub>8</sub>	<b>Menurut anda apa dampak yang ditimbulkan dari adanya pelanggaran-pelanggaran atas pajak reklame tersebut?</b>

	<i>Daerah akan rugi karena pemasukan dari pajak reklame berkurang.</i>
Q <sub>9</sub>	<b>Menurut anda, siapa yang paling bertanggung jawab dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b> <i>Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah dan Satpol PP.</i>
Q <sub>10</sub>	<b>Menurut anda, bagaimana sejauh ini melihat hasil kerja yang dilakukan oleh DPKAD dan Satpol PP Kota Tangerang dalam hal pengawasan reklame?</b> <i>Saya tidak tahu.</i>
Q <sub>11</sub>	<b>Menurut anda, bagaimana cara agar pengawasan reklame di Kota Tangerang dapat berjalan efektif?</b> <i>Yang jelas pengawasan harus rutin diimbangi dengan sarana yang memadai.</i>

Keterangan : I<sub>5,2</sub> = Masyarakat Kota Tangerang.

Q = Pertanyaan dan Jawaban wawancara.

Catatan Lapangan : Wawancara Hari Kamis Tanggal 17 Oktober 2013, Jam 11.00-11.15 WIB. Wawancara dilakukan di rumah warga Kota Tangerang.

## Matrik Hasil Wawancara Setelah Reduksi Data

### 1. Akurat

I Q	<b>Bagaimana pengawasan yang dilakukan terhadap reklame-reklame yang ada di Kota Tangerang?</b>
I <sub>1.1</sub>	<i>Yang jelas, reklame memberikan kontribusi karena reklame merupakan bagian dari pajak daerah, jadi keberadaan reklame ada kontribusinya terhadap PAD. Pengawasannya, kita melakukan pendataan ke lapangan khususnya reklame bisa tiap hari kita turun ke lapangan dan apabila kita temukan media reklame yang tidak ada ijinnya maka akan diturunkan.</i>
I <sub>1.2</sub>	<i>Iya, reklame memiliki kontribusi terhadap PAD. Kita mengawasi terhadap reklame yang belum melakukan pembayaran, seperti billboard, papan merek, spanduk, umbul-umbul yang melanggar. Cirinya untuk billboard dia ada stiker pembayaran yang resmi, untuk spanduk dan baliho ada paraf.</i>
I <sub>1.3</sub>	<i>Memiliki kontribusi. Ada pengawasan.</i>
I <sub>1.4</sub>	<i>Ada kontribusi reklame, sangat besar. Pengawasan berupa kegiatan pendataan reklame dan operasi reklame. Tujuan pengawasan untuk mengawasi reklame-reklame liar.</i>
I <sub>1.5</sub>	<i>Reklame sangat memiliki sekali kontribusinya terhadap pemerintah daerah dalam rangka melaksanakan pembangunan di kota Tangerang. Dalam melakukan pengawasan pajak reklame kita meliputi beberapa instansi selain DPKAD, Satpol PP kita libatkan, DKP kita libatkan. Dinas ini kita ikut sertakan dalam rangka pengawasan reklame terutama reklame yang bermasalah. Tujuan pengawasan dalam rangka upaya wajib pajak tertib dalam melakukan pemasangan dan agar PAD nambah dari reklame itu.</i>
I <sub>2.1</sub>	<i>Iya, pajak reklame memiliki kontribusi terhadap PAD. Tupoksi kita memang di pengawasan dan penataan Kota. Tiap hari kita jalan turun ke lapangan. Tujuan pengawasan, pertama, penertiban artinya dalam hal kebersihan K3 dalam hal estetika kotanya, kedua untuk peningkatan pajak karena reklame yang dipasang harus memiliki ijin.</i>

I <sub>2.2</sub>	<i>Reklame ada kontribusinya bagi PAD. Pengawasan penataan reklame itu merupakan tupoksi kita. Pengawasan penataan, sebenarnya setiap hari kecuali hari minggu kita rutin keliling lapangan ada 2 tim. Minggu pun sebenarnya jalan jika ada perintah langsung.</i>
I <sub>4.1</sub>	<i>Iya, saya mengetahui adanya pengawasan reklame. Sumber informasinya saya tidak tahu, yang jelas pengawasannya itu ada.</i>
I <sub>4.2</sub>	<i>Iya, ada yang mengawasi reklame.</i>
I <sub>5.1</sub>	<i>Di era seperti ini, keberadaan reklame sangat dibutuhkan khususnya bagi perusahaan-perusahaan maupun masyarakat yang ingin mempromosikan barang atau jasa mereka. Untuk pajak reklame sendiri, saya rasa ini akan menjadi masukan yang bagus untuk daerah apabila bisa dikelola dengan baik. Setahu saya, karena untuk pajak ini prosesnya ada di DPKAD, ya saya rasa pasti ada pengawasan yang dilakukan dari pihak DPKAD.</i>
I <sub>5.2</sub>	<i>Keberadaan reklame penting untuk mengiklankan atau memberitahu kepada masyarakat tentang usaha yang sedang buat.</i>

## 2. Tepat waktu

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Bagaimana ketepatan waktu dalam pengawasan reklame di Kota Tangerang?</b>
I <sub>1.1</sub>	<i>Bisa tiap hari, kadang sabtu minggu kita bisa ke lapangan juga karena banyak yang memasang reklame nakal.</i>
I <sub>1.2</sub>	<i>Setiap hari hampir kita lakukan, hari libur pun kita tetap jalan.</i>
I <sub>1.3</sub>	<i>Kita rutin, tidak hanya seminggu tapi hampir setiap hari dilakukan pengawasan. Iya, ada laporan hasil pengawasannya.</i>
I <sub>1.4</sub>	<i>Rutin, hampir tiap hari. Ada laporan hasil pengawasan, spanduk kita cabut dan kalau billboard dan papan merek foto-foto.</i>
I <sub>1.5</sub>	<i>Seminggu melakukan operasi reklame hampir tiap hari. Dari hasil operasi reklame, kita data yang tidak bayar kemudian kita turunkan yang menunggak, yang tidak ada validasi, maupun tanda tangan pimpinan.</i>

I <sub>2,1</sub>	<i>Rutin, sebenarnya setiap hari kecuali hari minggu kita rutin keliling lapangan ada 2 tim. Minggu pun sebenarnya jalan jika ada perintah langsung. Setiap minggu kita laporan ke Pak Walikota.</i>
I <sub>2,2</sub>	<i>Tiap hari jalan turun ke lapangan. Ada pencatatan tentang hasil pengawasan.</i>
I <sub>3,1</sub>	<i>Secara continue tidak. Itu permintaan dari SKPD lain. Terkait dari masalah perijinan dari BPPMPT, masalah pajaknya dari DPKAD terkait dengan perpanjangan masalah pajak. Laporan hasil penertiban pasti ada.</i>
I <sub>3,2</sub>	<i>Penertiban pajak reklame dilakukan secara rutin, bisa setiap hari. Laporan hasil pengawasan biasanya ada.</i>
I <sub>4,1</sub>	<i>Kayanya rutin hampir setiap hari.</i>
I <sub>4,2</sub>	<i>Sepertinya rutin dan jamnya dalam satu hari bisa acak.</i>

### 3. Objektif dan menyeluruh

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Apakah sosialisasi dan pengawasan reklame sudah menyeluruh?</b>
I <sub>1,1</sub>	<i>Sosialisasi terhadap masyarakat ada, baliho besar di perempatan jalan tentang pajak reklame. Sosialisasinya berupa baliho dan spanduk.</i>
I <sub>1,2</sub>	<i>Tidak ada karena pada dasarnya semua wajib pajak sudah banyak yang tau.</i>
I <sub>1,3</sub>	<i>Sosialisasi ada biasanya dilakukan ketika proses pendataan di lapangan karena reklame ini tidak seperti pajak restoran yang pemiliknya ada disitu, kalau reklame pemiliknya tidak di lokasi biasanya kami memberitahukan melalui media reklame atau billboard kalau belum melakukan perijinan akan kita tindak.</i>
I <sub>1,4</sub>	<i>Ada sosialisasi ke kecamatan, bentuknya pengarahan kalau reklame yang liar itu seperti apa nanti kita jelaskan.</i>
I <sub>1,5</sub>	<i>Kita berupaya kepada WP memberikan pengertian agar mereka itu tertib dalam melakukan pembayaran reklame. Kalau untuk</i>

	<i>menyeluruh memang belum maksimal karena kita butuh proses, makanya untuk sempurna kita libatkan instansi lain supaya operasi menyeluruh itu dapat terlaksana dengan baik.</i>
I <sub>2,1</sub>	<i>Karena target kita bukan masyarakat, target kita adalah pengusaha-pengusaha sehingga sosialisasi dari DKP itu tidak ada. Kalau menyeluruh berdasarkan jenis reklame sudah. Tapi kalau menyeluruh secara wilayah belum karena keterbatasan petugas dan peralatan.</i>
I <sub>2,2</sub>	<i>Tidak ada karena memang mereka sudah paham. Kita menetapkan K3 (Kebersihan, Keamanan dan Ketertiban).</i>
I <sub>3,1</sub>	<i>Kalau dari kami karena tugas pokok dan fungsinya penegakkan Perda, sosialisasi mungkin dilakukan oleh SKPD lain, mungkin dari BPPMPT ataupun DPKAD.</i>
I <sub>3,2</sub>	<i>Kalau dari kami karena tugas pokok dan fungsinya penegakkan Perda, sosialisasi mungkin dilakukan oleh SKPD lain.</i>
I <sub>4,1</sub>	<i>Kalau reklame ngga, cuma pemberitahuan saja.</i>
I <sub>4,2</sub>	<i>Karena kami orang Jakarta, kami tidak tahu mengenai sosialisasi yang dilakukan.</i>
I <sub>5,1</sub>	<i>Sosialisasi saya tidak tahu. Menyeluruh atau tidaknya, saya tidak tahu karena memang kita sebagai masyarakat tidak dilibatkan.</i>
I <sub>5,2</sub>	<i>Tidak</i>

#### 4. Terpusat pada titik-titik pengawasan strategis

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Dimana titik-titik pengawasan reklame dan bagaimana sanksinya?</b>
I <sub>1,1</sub>	<i>Kita tidak hanya di jalan-jalan primer atau sekunder. Kita masuk ke pelosok-pelosok yang memang menurut catatan kita daerah itu banyak pemasangan reklame. Bahkan ke perbatasan wilayah kita awasi. Sanksi untuk sementara kita turunkan, jenis kain kita turunkan dan billboard kita gergaji.</i>
I <sub>1,2</sub>	<i>Dilakukan ke seluruh Kota Tangerang. Sanksi hanya penurunan, tidak ada sanksi pidana selama ini.</i>
I <sub>1,3</sub>	<i>Dilakukan ke seluruh Kota Tangerang. Pengawasan menyeluruh cuma karena ada keterbatasan sumber daya. Kita bergilir karena</i>

	<i>dibagi ke 3 wilayah ada UPTD timur, barat, dan tengah. Sanksinya penertiban medianya.</i>
I <sub>1.4</sub>	<i>Kita kerjasama dengan UPTD barat dan timur. Sanksi berupa penyegelan, sanksi hukum berupa perdata.</i>
I <sub>1.5</sub>	<i>Untuk sanksi yang terberat sampai pemanggilan kadang dilakukan oleh pimpinan kita, yang tidak bayar didata kemudian kita panggil melalui surat, mereka datang kemudian kita berikan teguran dan lain sebagainya.</i>
I <sub>2.1</sub>	<i>Sementara ini hanya di jalan-jalan protokol, karena ruas jalan yang harus diawasi sangat banyak sementara petugas kita terbatas, sehingga kita tidak bisa secara menyeluruh. Tetapi dalam hal ini kita dibantu trantibnya dari Satpol PP kecamatan. Trantib dari kecamatan juga ada yang aktif ada juga yang tidak. Masyarakat tidak terlibat pengawasan. Kita potong reklamenya, tidak ada sanksi hukum.</i>
I <sub>2.2</sub>	<i>Sebenarnya DKP menyediakan tempat-tempat untuk memasang spanduk, diluar itu walaupun ada ijin tetap kita copot atau kita turunkan. Kita hanya mencopot reklame dan itu tugasnya Satpol PP. Tidak ada sanksi hukum.</i>
I <sub>3.1</sub>	<i>Terkait nanti surat permohonan penertiban yang disampaikan dari DPKAD maupun BPPMPT ke Satuan Polisi Pamong Praja.</i>
I <sub>3.2</sub>	<i>Kita melakukan penertiban menyeluruh. Tentu sanksi untuk yang illegal saja.</i>
I <sub>4.1</sub>	<i>Di jalan. Lokasi, pihak BPPMPT yang menentukan. Kendalanya tidak ada, hanya lokasi saja kurang banyak. Oh saya tidak tahu.</i>
I <sub>4.2</sub>	<i>Di Setos. Karena tanah sendiri dan lokasi strategis. Kendalanya tidak ada, hanya lokasi saja kurang banyak. Mengenai pemasangan reklame illegal, sebenarnya kami dari wajib pajak tidak seperti itu. Ini kelihatannya cuma oknum. Sebenarnya pajak tidak mahal, masih terjangkau.</i>
I <sub>5.1</sub>	<i>Mungkin pertama karena malas mengurus prosesnya mulai dari awal sampai pembayaran atau mungkin karena memang mereka tidak ingin membayar pajaknya. Menurut saya, ini menjadi kerugian bagi daerah. Pasti pemasukan dari sektor pajak reklame akan berkurang dan untuk keindahan kota sendiri mungkin kurang enak dilihat.</i>

## 5. Realistik secara ekonomis

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Darimana sumber pembiayaan pengawasan reklame dan apakah sudah realistis secara ekonomis?</b>
I <sub>1.1</sub>	<i>Pembiayaan pengawasan reklame di Kota Tangerang bersumber dari APBD.</i>
I <sub>1.4</sub>	<i>Ada, dari APBD.</i>
I <sub>1.5</sub>	<i>Dari APBD.</i>
I <sub>2.1</sub>	<i>APBD.</i>
I <sub>2.2</sub>	<i>APBD.</i>
I <sub>3.1</sub>	<i>Dari APBD.</i>
I <sub>3.2</sub>	<i>Dari APBD.</i>
I <sub>4.1</sub>	<i>Sesuai ngga sesuai kan mereka yang membuat aturan, ya kita terima saja.</i>
I <sub>4.2</sub>	<i>Menurut saya sudah sesuai.</i>

## 6. Realistik secara organisasional

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Bagaimana sarana dan prasarana pengawasan reklame dan apakah sudah realistis secara organisasional?</b>
I <sub>1.1</sub>	<i>Sarana dan prasarana dalam melakukan pengawasan sudah cukup. 2 buah truk, 1 truk bak terbuka dan 1 lagi truk yang ada hidroliknya.</i>
I <sub>1.2</sub>	<i>Kita memiliki 2 mobil operasional. Sudah memadai karena kita juga dibantu dinas-dinas lain.</i>
I <sub>1.3</sub>	<i>Sarana ada mobil operasional skywalker.</i>
I <sub>1.4</sub>	<i>Kamera dan mobil operasional. Sudah memadai karena kita juga dibantu dinas lain, seperti Satpol PP.</i>

I <sub>1.5</sub>	<i>Sarana untuk menunjang kita punya 2 bahkan 3 sampai 4. Yang hidrolik 1. Kalau dibilang sarana sudah memadai itu sangat belum karena kita masih banyak kekurangan sarana-sarana yang perlu dalam menunjang operasi reklame.</i>
I <sub>2.1</sub>	<i>Kita punya 2 kendaraan mobil dilengkapi dengan peralatan menunjang seperti cutter dan gergaji kecuali mesin las kita belum punya. Masih belum memadai.</i>
I <sub>2.2</sub>	<i>Kita punya 2 kendaraan mobil, kita bagi 2 tim barat dan timur. Satu tim itu ada 7 personil. Wilayah barat mencakup Jatiuwung, Benda, Neglasari, Karawaci. Sedangkan, wilayah timur mencakup Cipondoh, Pinang, Larangan, dan Karang Tengah. Untuk sementara sudah memadai.</i>
I <sub>3.1</sub>	<i>Mobil operasional ada 2, terus untuk yang jenset ada 1 buah, cutting pemotong besi/beton ada 3 buah. Untuk saat ini mencukupi. Sampai saat ini Alhamdulillah tidak ada masalah karena kita sudah melakukan koordinasi dengan baik dari jajaran SKPD yang lain.</i>
I <sub>3.2</sub>	<i>Kita sudah punya mobil operasional. Saya kira sudah bagus.</i>
I <sub>4.1</sub>	<i>Tidak dilibatkan.</i>
I <sub>4.2</sub>	<i>Tidak dilibatkan.</i>

## 7. Terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Bagaimana koordinasi aliran kerja organisasi dalam pengawasan reklame?</b>
I <sub>1.1</sub>	<i>Yang di DPKAD bisa terlibat semua lebih kurang 10 orang. Yang terlibat selain DPKAD, yaitu BPPMPT, DKP kaitannya dengan estetika, ada juga dari Satpol PP yang melakukan eksekusi. Masyarakat tidak terlibat.</i>
I <sub>1.2</sub>	<i>DKP dan Satpol PP bagian pengeksekusian.</i>
I <sub>1.3</sub>	<i>Saya tidak hapal biasanya dalam penugasan ada 2 mobil dan dalam 1 mobil isinya minimal 3 orang. Yang terlibat itu BPPMPT, DKP dalam penataan lokasi reklame dan Satpol PP dilibatkan dalam proses penegakan perda. Masyarakat secara langsung tidak</i>

	<i>dilibatkan dan ada LSM juga yang mengawasi.</i>
I <sub>1.4</sub>	<i>Sekitar 20 orang. Yang terlibat Dinas Pertamanan dan Satpol PP, kecamatan juga.</i>
I <sub>1.5</sub>	<i>Setiap hari 1 kendaraan dinas, 6 atau 3 orang.</i>
I <sub>2.1</sub>	<i>Jumlahnya ada 14 orang ditambah petugas administrasi menjadi 15 orang. Yang terlibat langsung dalam pengawasannya, Satpol PP dan DPKAD Kota Tangerang. Yang paling bertanggung jawab, pengawasan ada di kita dan untuk penertiban ada di Satpol PP.</i>
I <sub>2.2</sub>	<i>Jumlahnya ada 14 orang dibagi 2 tim setiap tim terdiri dari 7 petugas. Yang terlibat langsung, Satpol PP dan DPKAD Kota Tangerang. Yang paling bertanggung jawab, pengawasan ada di kita karena itu merupakan tupoksi kita.</i>
I <sub>3.1</sub>	<i>Kurang lebih 30 orang. Itu ada timnya yang diatur oleh kepala daerah. DPKAD, Dishub dan beberapa personil Satpol PP.</i>
I <sub>3.2</sub>	<i>Kurang lebih 25 orang tapi semua perda. Yang terlibat DPKAD, Dinas PU, DKP Kota Tangerang.</i>
I <sub>4.1</sub>	<i>Yang terlibat dalam pengawasan reklame, DPKAD.</i>
I <sub>4.2</sub>	<i>Yang terlibat dalam pengawasan reklame biasanya Dinas Penertiban dibawah kendali Walikota.</i>
I <sub>5.1</sub>	<i>Karena setahu saya proses pembayaran pajak ada di DPKAD ya mungkin yang paling bertanggung jawab adalah DPKAD.</i>
I <sub>5.2</sub>	<i>Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah dan Satpol PP.</i>

## 8. Fleksibel

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Bagaimana fleksibilitas dalam melakukan pengawasan reklame?</b>
I <sub>1.1</sub>	<i>Apapun kondisi lingkungan walau hujan kita tetap turun.</i>
I <sub>1.3</sub>	<i>Kita melakukan pendekatan persuasif.</i>
I <sub>1.5</sub>	<i>Ya, kadang sewaktu dialapangan ada saja WP yang bertentangan,</i>

	<i>mereka kadang bersikukuh reklamenya tidak mau dicabut. Contohnya promosi rokok, biasanya banyak spanduk yang dipasang, kadang mereka tidak bayar karena event mereka itu hanya 1 minggu. Kemudian kita adakan operasi dan mereka keberatan untuk di cabut. Dalam hal ini kita melakukan musyawarah secara tertulis bahwa hari selanjutnya mereka akan mengurus reklame yang tidak bayar.</i>
I <sub>2.1</sub>	<i>Yang jelas kita tiap hari turun ke lapangan walaupun cuaca tidak mendukung selama 8 jam. Banyak ancaman dari luar, kita punya aturan dan rata-rata mereka menerima itu.</i>
I <sub>2.2</sub>	<i>Mobilitas saja sesuai dengan jadwal. Ancaman dari luar itu ada, tapi kita koordinasi dengan dinas lain.</i>
I <sub>3.1</sub>	<i>Untuk perubahan, saya harapkan untuk kedepannya dari SKPD lain lebih up to date dalam memberikan informasi yang lebih baik dan akurat untuk objek-objek yang memang harus di tertibkan. Untuk Satpol PP terkait dengan masalah penegakkan peraturan daerah sampai saat ini tidak ada kesulitan.</i>
I <sub>3.2</sub>	<i>Tidak, kita tetap turun ke lapangan. Sampai saat ini Alhamdulillah tidak ada masalah karena kita sudah melakukan koordinasi dengan baik dari jajaran SKPD yang lain. Tidak ada tekanan dari luar karena kita sudah melakukan sesuai prosedur. Untuk Satpol PP terkait dengan masalah penegakkan peraturan daerah sampai saat ini tidak ada kesulitan.</i>

## 9. Bersifat sebagai petunjuk dan operasional

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Apakah ada Perda, Juklak, Juknis, dan standar operasional dalam pengawasan reklame?</b>
I <sub>1.1</sub>	<i>Ada, Perda nomor 7 tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Kalau peraturan teknis diatur dalam Perwal.</i>
I <sub>1.2</sub>	<i>Ada Perda nomor 7 tahun 2010.</i>
I <sub>1.3</sub>	<i>Ada, Perda nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah. Juklak dan juknisnya diatur dalam peraturan walikota.</i>
I <sub>1.4</sub>	<i>Ada Perda dan ada juklak dan juknisnya.</i>
I <sub>1.5</sub>	<i>Perda nomor 7 tahun 2010. Juklak ada, petunjuk teknis juga ada.</i>

I <sub>2.1</sub>	<i>Perda Tahun 98, tapi saya lupa nomornya. Ada, Keputusan Walikota Nomor 5 Tahun 2002 tentang Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Reklame.</i>
I <sub>2.2</sub>	<i>Ada Perda. Di kita ada juklak dan juknis, di BPPMPT juga ada.</i>
I <sub>3.1</sub>	<i>Untuk petunjuk teknis sudah dilakukan dengan baik oleh Satpol PP tapi untuk reklame adanya di BPPMPT atau DPKAD.</i>
I <sub>3.2</sub>	<i>Ada, yaitu Perda Nomor 7 Tahun 2010. Tujuan dibentuknya Perda tersebut, yang Pertama, untuk mentaati segala bentuk peraturan daerah itu. Yang kedua, mungkin memahami untuk giat dari pemkot Tangerang terkait semua itu masyarakat mentaati akan tertibnya masalah perda tahun 2010. Untuk di Satpol PP tidak ada juklak dan juknisnya.</i>

## 10. Diterima para anggota organisasi

<b>I</b> <b>Q</b>	<b>Bagaimana hasil pengawasan yang sudah dicapai hingga saat ini?</b>
I <sub>1.1</sub>	<i>Alhamdulillah sampai saat ini sesuai dengan apa yang diharapkan tapi kita intens terus menerus jadi ketika ada media yang melanggar tidak kita biarkan.</i>
I <sub>1.2</sub>	<i>Kalau dilihat dari progresnya kita banyak kemajuan.</i>
I <sub>1.3</sub>	<i>Jauh diatas yang ditargetkan, alhamdulillah kita cukup banyak perolehan targetnya.</i>
I <sub>1.4</sub>	<i>Personil dinas sudah memahami juklak dan juknis dalam pengawasan reklame. Pengawasan sudah sangat efektif, semenjak dilakukan pengawasan PAD meningkat.</i>
I <sub>1.5</sub>	<i>Ya, Alhamdulillah dengan kita rajin melakukan pengawasan untuk 100% itu belum, paling tidak 80% sampai 90% Kota Tangerang reklamennya sudah melalui proses agak tertib dibandingkan dengan kota-kota lain karena gencarnya operasi reklame yang kita lakukan.</i>
I <sub>2.1</sub>	<i>Personil DKP sudah memahami juklak dan juknis dalam pengawasan reklame. Kalau baik, sudah, artinya sudah cukup baiklah. Tapi kalau untuk memuaskan, belum karena secara wilayah</i>

	<i>kita belum menjangkau semua wilayah. Daerah-daerah ujung belum terjamah.</i>
I <sub>2.2</sub>	<i>Sudah. Sebenarnya mereka sudah pada paham juklak, juknis, dan standar operasional dalam pengawasan reklame. Sebenarnya kita sudah saling koordinasi. Kita juga sering mengadakan rapat dengan dinas-dinas lain.</i>
I <sub>3.1</sub>	<i>Satpol PP selalu menyikapi terkait dengan pelanggaran reklame secara tegas. Sampai saat ini bisa dibilang baik dan sukses. Karena selalu melakukan koordinasi dengan baik dengan DPKAD dan dinas-dinas lain.</i>
I <sub>3.2</sub>	<i>Sudah baik, koordinasi juga sudah bagus.</i>
I <sub>4.1</sub>	<i>Pelayanannya cepat dan ramah. Mungkin dengan pengawasan rutin tapi yang saya lihat sih mereka keliling setiap hari.</i>
I <sub>4.2</sub>	<i>Kadang-kadang kalau saya lihat, kadang cepat kadang tidak cepat. Seharusnya kalau orang bayar itu lebih cepat daripada orang menunggu dibayar (logikanya). Kadang waktu 1 jam tidak cukup. Seharusnya tidak sampai setengah jam sudah selesai karena semua sudah terurai sistem sudah jalan. Pelayanan bagus, melayaninya juga ramah. Biasanya yang paling baik dibuatkan label berupa stempel atau tanda tangan pejabat. Sekarang sudah ada paraf tapi paraf bisa di palsu. Tergantung juga pengawasan lapangan. Tapi pengawasan lapangan juga bisa dibeli. Harusnya pakai label yang paten itu menurut saya yang paling efektif.</i>
I <sub>5.1</sub>	<i>Saya tidak tahu tentang itu. Tapi kalau saya lihat dari estetikanya, untuk reklame di Kota Tangerang sudah rapih walaupun masih banyak yang yang illegal mungkin. Tapi sesekali saya pernah lihat bagaimana Satpol PP melakukan penertiban untuk reklame-reklame yang mungkin melanggar. Lakukan pengawasan secara rutin dan menyeluruh, serta berikan sanksi tegas bagi yang melanggar.</i>

## MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chandra M.  
Pekerjaan : Kasi Penetapan / PNS  
NIP : 19750424 200604 1004  
Jabatan :  
Usia :  
No. HP :  
Alamat : Jl. Duren Mogan (Gedung 293)

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Agustian Lukman Hakim  
NIM : 6661080372  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : FISIP - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Tangerang,

2013

  
( Chandra M. )

## MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : FAKRI WAHYUDI  
Pekerjaan : PNS  
NIP : 19741220 200212 1002  
Jabatan : Kepala Seksi Reklame & Dekorasi Kota  
Usia : 38 th.  
No. HP : 0817880566  
Alamat :

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Agustian Lukman Hakim  
NIM : 6661080372  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : FISIP - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Tangerang, 28 Juni 2013



( FAKRI WAHYUDI )

## MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. ABUUL GHAFI  
Pekerjaan : PETEGUSAHA  
NIP :  
Jabatan :  
Usia : 46 TAHUN  
No. HP :  
Alamat : JLM. KH. DEWANT FORD  
KAMP. GONDORONG. CIPONDOROH. TANGGERANG.

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Agustian Lukman Hakim  
NIM : 6661080372  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : FISIP - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Tangerang, 10 JULI 2013

  
(H. ABUUL GHAFI.)

## MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AHMAD NURJALI  
Pekerjaan : PNS  
NIP : 196308162002121005  
Jabatan : Kasir PERABAHAN PL  
Usia : 49 TH  
No. HP : 08129958950  
Alamat : JL PATAH MOSOF No. 1- KOTA TANGERANG

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Agustian Lukman Hakim  
NIM : 6661080372  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : FISIP - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Tangerang, 29-05 2013



( AHMAD NURJALI )

## MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SYAIFUL MULUK, SE  
Pekerjaan : PNS  
NIP : 1964045-1987031011  
Jabatan : KASIE PENYULUHAN  
Usia : 50 TH  
No. HP : 085315613505.  
Alamat : RAJEG ANGERANG

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Agustian Lukman Hakim  
NIM : 6661080372  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : FISIP - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Tangerang,

2013



( SYAIFUL MULUK, SE )

## MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. TAUFIK SURATUNISA  
Pekerjaan : KAKI, PENDATAAN / PNS  
NIP : 196804201998031003  
Jabatan :  
Usia :  
No. HP :  
Alamat : JL. DAAN MOEST. (GRATIA 293).

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

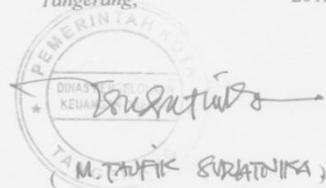
Nama : Agustian Lukman Hakim  
NIM : 6661080372  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : FISIP - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Tangerang,

2013

  
M. TAUFIK SURATUNISA

## MEMBER CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AHMAD SAFIE A.  
Pekerjaan : PNS  
NIP : 197601292011011001  
Jabatan : PELAKSANA  
Usia : 37 TH  
No. HP : 0812 94439678  
Alamat : Jd. TEUKU UMAR NO. 32 RT001/001 KARAWACI  
TANGERANG

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Agustian Lukman Hakim  
NIM : 6661080372  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : FISIP - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dan saya tidak berkeberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Tangerang, 01-07 . 2013

  
A. Safie A.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : JAJANG TEJA  
Pekerjaan : PEKAWAI NEGARA SIPIL  
NIP : 19730213 2008011006  
Jabatan : Kasie LAPORAN DAN PEMANTAUAN  
Usia : 41 TAHUN  
No. HP : 0815 8595 8989  
Alamat : PERUM LEOLEK PERMAI, BLOK D1/A LEOLEK KAB. TANGERANG

Menyatakan benar bahwa telah dilakukan wawancara untuk keperluan penelitian Skripsi yang dilakukan oleh nama sebagaimana tersebut dibawah ini:

Nama : Agustian Lukman Hakim  
NIM : 6661080372  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : FISIP - Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dan saya tidak keberatan apabila nama yang dalam penelitian ini dicantumkan guna keabsahan data dalam penelitian.

Demikian, data ini akan dipergunakan sebagaimana mestinya untuk bahan penelitian.

Tangerang, 8 Juli 2013



JAJANG TEJA )



PEMERINTAH KOTA TANGERANG  
**KANTOR KESATUAN BANGSA  
DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT**

Jl. Nyimas Melati No. 21 A Tangerang 15000  
Telepon dan Fax ( 021 ) 5538890 Email : kesbanglinmas@tangerangkota.go.id

**REKOMENDASI**

Nomor : 073 / 478 -Kesbang

Membaca : Surat dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Nomor :  
1217/UN.43.6.1/PG/2013 Tanggal : 30 Mei 2013 Perihal :  
Permohonan Ijin Mencari Data.

Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah;  
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penertiban Rekomendasi Penelitian.  
3. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 01 Tahun 2001 tentang Organisasi Tata Kerja Departemen Dalam Negeri dan Otonomi Daerah;  
4. Keputusan Dirjen Sosial Politik Nomor 14 Tahun 1981 tentang Surat Pemberitahuan Penelitian dan Praktek Kerja Lapangan (SP3KL);  
5. Peraturan Daerah Nomor 06 Tahun 2008 tentang Susunan Organisasi Lembaga Teknis Daerah Kota Tangerang;  
6. Peraturan Walikota Tangerang Nomor 47 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Kota Tangerang

**MEMBERIKAN REKOMENDASI UNTUK IJIN PENELITIAN**

Kepada :

1. Nama / NIM : Agustian Lukman Hakim / 6661080372
2. Pekerjaan : Mahasiswa
3. Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantoro Rt.002/006 Gondrong Cipondoh Kota Tangerang.
4. Penanggung jawab : Rina Yulianti, S.IP, M.Si
5. Jumlah Peneliti : 1 ( satu ) Orang
6. Instansi Yang dituju : DKP , Sat Pol PP dan LSM Kota Tangerang.
7. Maksud dan Tujuan : Mencari Data.
8. Lama Penelitian : Terhitung Tanggal 24 Juni s/d 25 Juli 2013
9. Judul Penelitian : **" Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame Di Kota Tangerang "**

**SEBELUM MELAKUKAN PENELITIAN, AGAR MEMENUHI KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian yang tidak sesuai / tidak berkaitan dengan maksud surat penelitian ini;
2. Agar mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
3. Apabila masa berlaku Surat Rekomendasi ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan Penelitian / Survey Data / Riset belum selesai, permohonan perpanjangan Penelitian harus diajukan kembali;
4. Wajib melaporkan hasilnya dalam bentuk buku / laporan kepada Pemerintah Kota Tangerang Cq. Kantor Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Kota Tangerang untuk dijadikan bahan evaluasi lebih lanjut;
5. Surat Rekomendasi ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku lagi apabila ternyata pemegang Rekomendasi tidak mentaati / mengindahkan ketentuan-ketentuan diatas.

Demikian Rekomendasi ini diberikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan bagi yang berkepentingan dimohon bantuan seperlunya.

DIKELUARKAN : DI TANGERANG  
PADA TANGGAL : 21 JUNI 2013

KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN  
PERLINDUNGAN MASYARAKAT  
KOTA TANGERANG



**Drs. H. HABIBULLAH, M.Si**  
NIP. 196702031994031013



**PEMERINTAH PROVINSI BANTEN**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

KAWASAN PUSAT PEMERINTAHAN PROVINSI BANTEN (KP3B)  
Jl. KH. Syech Nawawi Al-Bantani Palima - Serang Telp. (0254) 267142 Fax. (0254) 267143

**PENGANTAR PENELITIAN**

**NOMOR : 070 /PP/78-Kesbangpol/2013**

Serang, 13 Juni 2013

Kepada Yth:

Kepala Kantor Kesbang Linmas Kota Tangerang

Di –

**Tempat**

Terlampir disampaikan Keputusan Gubernur Banten Nomor : 070/78-Kesbangpol/2013 tanggal 13 Juni 2013 tentang Rekomendasi Penelitian yang diberikan kepada :

Nama : AGUSTIAN LUKMAN HAKIM  
NIM/NIP/KTP : 6661080372  
Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantoro RT 002/RW 006 Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang  
Judul Penelitian : Efektifitas Pengawasan Pajak Reklame Di Kota Tangerang  
Maksud : Untuk mengetahui efektifitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang

Demikian disampaikan, untuk menjadi pertimbangan.

A.n.KEPALA BADAN KESBANG DAN POLITIK  
PROVINSI BANTEN  
Kabid Kewaspadaan Nasional,



**Drs. H. Atep Mahpud, M.Si**  
NIP: 19600415 198503 1 001

Tembusan Yth ;

Kepala Badan Kesbang dan Politik Provinsi Banten (sebagai laporan).



**PEMERINTAH PROVINSI BANTEN**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

KAWASAN PUSAT PEMERINTAHAN PROVINSI BANTEN (KP3B)  
Jl. KH. Syech Nawawi Al-Bantani Palima - Serang Telp. (0254) 267142 Fax. (0254) 267143

**SURAT PEMBERITAHUAN PENELITIAN**

**Nomor : 070 / 78-Kesbangpol /2013**

- Membaca : Surat Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Negara Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Nomor : 1217/UN.43.6.1/PG/2013 tanggal 30 Mei 2013, Perihal Permohonan Ijin Mencari Data
- Mengingat : 1. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 130 Tahun 2003 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Dalam Negeri;  
2. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tanggal 20 Desember 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;  
3. Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2012 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah Provinsi Banten.
- Memperhatikan : Proposal yang bersangkutan

**MEMBERITAHUKAN BAHWA**

- Nama : AGUSTIAN LUKMAN HAKIM
- Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantoro RT 002/RW 006 Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang
- NIM/NIP/KTP : 6661080372
- Pekerjaan : Mahasiswa
- Kebangsaan : Indonesia
- Judul Penelitian : Efektifitas Pengawasan Pajak Reklame Di Kota Tangerang
- Bidang : Administrasi
- Daerah Penelitian : Kota Tangerang
- Lama Penelitian : 13 Juni s/d 13 September 2013
- Pengikut Peserta : -
- Penanggungjawab : Rina Yulianti, S.IP, M.Si
- Maksud : Untuk mengetahui efektifitas pengawasan pajak reklame di Kota Tangerang

Pasal 109

Tindak pidana di bidang perpajakan daerah, tidak dituntut setelah melampaui jangka waktu 5 (lima) tahun Sejas saat terutangnya pajak atau berakhirnya masa pajak atau berakhirnya bagian tahun pajak atau berakhirnya tahun pajak.

BAB XXIII  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 110

Pada saat Peraturan Daerah ini berlaku :

1. Ketentuan mengenai Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah ini berlaku paling lambat 1 Januari 2014;
2. Ketentuan mengenai Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah ini mulai berlaku 1 Januari 2011;
3. Ketentuan mengenai Pajak Air Tanah sebagaimana diatur dalam Peraturan Daerah ini mulai berlaku 1 Januari 2011.

Pasal 111

Pada saat berlakunya Peraturan Daerah ini, maka :

1. Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 2 Tahun 1998 tentang Pajak Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan (Lembaran Daerah Kota Tangerang Tahun 1998 Nomor 1 Seri A);
2. Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pajak Reklame (Lembaran Daerah Kota Tangerang Tahun 1999 Nomor 1 Seri A);
3. Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pajak Penerangan Jalan Umum (Lembaran Daerah Kota Tangerang Tahun 1999 Nomor 3 Seri A) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 2 Tahun 2003 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 10 Tahun 1999 tentang Penerangan Jalan Umum (Lembaran Daerah Kota Tangerang Tahun 2003 Nomor 1 Seri A);
4. Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 2 Tahun 2001 tentang Pajak atas Penyelenggaraan Parkir Swasta (Lembaran Daerah Kota Tangerang Tahun 2001 Nomor 1 Seri A);
5. Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pajak Hiburan (Lembaran Daerah Kota Tangerang Tahun 2008 Nomor 10);
6. Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Pajak Hotel (Lembaran Daerah Kota Tangerang Tahun 2008 Nomor 11);
7. Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Pajak Restoran (Lembaran Daerah Kota Tangerang Tahun 2008 Nomor 12).

dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 112

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

## Tarif Dasar Pajak Reklame di Kota Tangerang

NO	Jenis Reklame	Kaw Bandara/ Tol	Arteri Primer	Arteri Sekunder	Lingk	Tarif	Masa
					(Indor) Kec Bandara		
1	Billboard/JPO/ Bando	550.000	500.000	450.000	400.000		M <sup>2</sup> /Tahun
2	Billboard	400.000	350.000	300.000	250.000		M <sup>2</sup> /Tahun
3	Papan Nama Papan Merk	150.000	100.000	95.000	90.000		M <sup>2</sup> /Tahun
4	Neon Sign Neon Box Tin Plate	275.000	250.000	225.000	200.000		M <sup>2</sup> /Tahun
5	Megatron/Videotron					5.000.000	M <sup>2</sup> /Tahun
6	Baliho/Banner					35.000	M <sup>2</sup> /Minggu
7	Spanduk/Umbul-umbul					12.000	M <sup>2</sup> /Minggu
8	Selebaran/Pamflet					23.750	Per-mil
9	Kendaraan					85.000	M <sup>2</sup> /Tahun
10	Balon Udara					700.000	Sat/Minggu
11	Reklame Suara (Kendaraan Reklame)					125.000	1 x Penyelenggaraan
12	Slide Film					18.750	1 x Tayang
13	Peragaan					23.750	1 x Peragaan

Sumber : DPKAD Kota Tangerang, 2012.

Catatan :

- BALIGO/BANNER di dalam ruangan di hitung dan di tetapkan 50% dari Pokok Pajak
- REKLAME ROKOK dikenakan tambahan 25% dari Pokok Pajak
- BILLBOARD sudut pandang lebih dari 1 dikenakan tambahan 10% dari Pokok Pajak

### LOKASI PEMASANGAN REKLAME DI KOTA TANGERANG

<b>KELAS JALAN</b>	<b>NAMA JALAN</b>	<b>KETERANGAN</b>
<b>Tol/Bebas Hambatan</b>	1 Tol Prof. DR. Soediathmo	
<b>Tol/Bebas Hambatan</b>	2 Tol Jakarta - Tangerang	
<b>Khusus Bandara</b>	Seluruh Area Bandara Soekarno-Hatta	
<b>Arteri Primer</b>	1 Daan Mogot	
<b>Arteri Primer</b>	2 Merdeka	
<b>Arteri Primer</b>	3 Gatot Subroto	
<b>Arteri Primer</b>	4 Oto Iskandardinata	
<b>Arteri Primer</b>	5 KS. Tubun	
<b>Arteri Primer</b>	6 M. H. Thamrin	
<b>Arteri Primer</b>	7 Jend. Sudirman / By Pass	
<b>Arteri Primer</b>	8 Imam Bonjol / Pinangsia	
<b>Arteri Primer</b>	9 Teuku Umar	
<b>Arteri Primer</b>	10 KH. Hasyim Ashari	
<b>Arteri Primer</b>	11 HOS. Cokroaminoto	
<b>Arteri Primer</b>	12 Perintis Kemerdekaan Raya	

<b>Arteri Primer</b>	13 Ki Samaun	
<b>Arteri Primer</b>	14 Marsk. Surya Dharma	
<b>Arteri Primer</b>	15 Benteng Betawi	
<b>Arteri Sekunder</b>	1 Mas Mansoer	
<b>Arteri Sekunder</b>	2 KH. Mansoer	
<b>Arteri Sekunder</b>	3 By Pass Graha Bintaro	
<b>Arteri Sekunder</b>	4 KH. Ahmad Dahlan	
<b>Arteri Sekunder</b>	5 Maulana Hasanuddin	
<b>Arteri Sekunder</b>	6 S A Tirtayasa / Cipete / Rasuna Said	
<b>Arteri Sekunder</b>	7 KH. Dewantoro	
<b>Arteri Sekunder</b>	8 Rd. Saleh	
<b>Arteri Sekunder</b>	9 Rd. Fatah	
<b>Arteri Sekunder</b>	10 Cipto Mangunkusumo / H. Mencong, Joglo Raya	
<b>Arteri Sekunder</b>	11 Benteng Jaya	
<b>Arteri Sekunder</b>	12 KI Asnawi	
<b>Arteri Sekunder</b>	13 Veteran	
<b>Arteri Sekunder</b>	14 Moh. Toha	
<b>Arteri Sekunder</b>	15 Kp. Bayur	
<b>Arteri Sekunder</b>	16 Proklamasi	
<b>Arteri Sekunder</b>	17 Beringin	
<b>Arteri Sekunder</b>	18 Kavling Pemda	
<b>Arteri Sekunder</b>	19 Bunga Raya / VTRI	
<b>Arteri Sekunder</b>	20 Mutiara Pluit Raya	
<b>Arteri Sekunder</b>	21 Prima Tangerang / Taman Elang	

<b>Arteri Sekunder</b>	22 Prabu Kian Santang	
<b>Arteri Sekunder</b>	23 Prabu Siliwangi / Pasar Kemis	
<b>Arteri Sekunder</b>	24 Pajajaran	
<b>Arteri Sekunder</b>	25 Industri Raya	
<b>Arteri Sekunder</b>	26 Dr. Sitanala	
<b>Arteri Sekunder</b>	27 Iskandar Muda	
<b>Arteri Sekunder</b>	28 Pembangunan I	
<b>Arteri Sekunder</b>	29 Pembangunan III	
<b>Arteri Sekunder</b>	30 Garuda	
<b>Arteri Sekunder</b>	31 Husein Sastranegara	
<b>Arteri Sekunder</b>	32 Halim Perdana Kusuma	
<b>Arteri Sekunder</b>	33 Atang Sanjaya	
<b>Arteri Sekunder</b>	34 Kali Prancis	
<b>Arteri Sekunder</b>	35 Yos Sudarso	
<b>Arteri Sekunder</b>	36 Taman Danau Indah	
<b>Arteri Sekunder</b>	37 Aria Kemuning	
<b>Arteri Sekunder</b>	38 Taman Cibodas Raya	
<b>Arteri Sekunder</b>	39 Dipati Unus	
<b>Arteri Sekunder</b>	40 Dipati Ukur	
<b>Arteri Sekunder</b>	41 Dharmawangsa	
<b>Arteri Sekunder</b>	42 Karet	
<b>Arteri Sekunder</b>	43 Palembang	
<b>Arteri Sekunder</b>	44 Empu Barada	
<b>Arteri Sekunder</b>	45 Borobudur	
<b>Arteri Sekunder</b>	46 Prambanan	

<b>Arteri Sekunder</b>	47 Cemara	
<b>Arteri Sekunder</b>	48 A. Dimiyati	
<b>Arteri Sekunder</b>	49 MT. Haryono	
<b>Arteri Sekunder</b>	50 Manis Jaya	
<b>Arteri Sekunder</b>	51 Pandan	
<b>Arteri Sekunder</b>	52 Soebandi	

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Identitas Pribadi

Nama : AGUSTIAN LUKMAN HAKIM  
NIM : 6661080372  
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 21 Agustus 1990  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantoro Rt 002/006 Kel.  
Gondrong Kec. Cipondoh Kota Tangerang  
Banten.

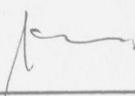
### 2. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Drs. H. Sarmili, MM  
Nama Ibu : HJ. Wani Sugiarti, S.Pd

### 3. Riwayat Pendidikan

SD : SDN GONDRONG 4 (1996-2002)  
SMP : SMPN 18 TANGERANG (2002-2005)  
SMA : SMAN 13 TANGERANG (2005-2008)  
Perguruan Tinggi (S1) : Adm. Negara-UNTIRTA (2008-2013)

### 4. Riwayat Organisasi

No	Hari, Tgl	Uraian/Catatan Pembimbing	Paraf Dosen
	00/09	- Salah identifikasi masalah	
	17/09	- Salah judul ✓ - Identifikasi masalah belum tepat.	
	24/09	Catatan ke Bab II	
	3/10 2009	Tesisi lain sebagai: 1. referensi 2. jurnal : jenis, cara pengisian, syarat, tipe referensi dan lain-lain	
	23/10	Perbaiki Bab II, gunakan teori & referensi	
	31/10	perbaiki kerangka berpikir tesisi Apa yg ditanyakan - bab ke-3 III	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 (tujuh) kali/total 14 (empat belas) kali

No	Hari, Tgl	Uraian/Catatan Pembimbing	Paraf Dosen
	13/02 <sup>2013</sup>	- Teori teori Pelayan, Input & Output cup efektif perawatan, p2c dan dan zhoran krusit	
	27/02	- Bina Prof Bobo Teori paparan spt wong dan ta Beva - performi 1 form - pedan uwcr	
	20/03	- perbaiki Informa - Acc Seminar	
	27/3	- Koneksi Ident. Masda (Disperluasan) - Koneksi Informan - Daftar pustaka	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 (tujuh) kali/total 14 (empat belas) kali

No	Hari, Tgl	Uraian/Catatan Pembimbing	Paraf Dosen
	28 APR	- Parat Hadratmu KUCESAHAN - Kata Pengantar, dll - Koneksi cukup, Acc Seminar Sub. II	
	8-5-2013.	Dalam LB data yg dibaca about 162 sedehana	
	13 mei 2013	Acc perbaikan sth seminar propose	
	13 mei 2013	Acc Japanean PsmB II	
	15/05	Acc Japanean	
	09/09 13	Dp perbaiki II dan deh	

Catatan: Jumlah tatap muka mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 (tujuh) kali/total 14 (empat belas) kali



No	Hari, Tgl	Uraian/Catatan Pembimbing	Paraf Dosen
	9 SEPT 2013	- Analisis <sup>dan</sup> pembaharuan diurut per-indikator - Sistematika penulisan sesuai buku pedoman.	
	17 SEPT 2013	- Koreksi BAB V	
	23 SEPT 2013	- Koreksi SAPAN ? u/ BAB V	
	26/09 '13	- Koreksi sub. II cukup lanjutkan ke sub. I - lengkapi sistematika dan - Acc sidang.	
	30 SEP '13	Acc SIDANG	
	25/10 -13	ada di akhir penguji a tambah Kedua cara & barul. Komen atas rumus masa lalu	

Catatan: Jumlah tatap muka, mahasiswa dengan masing-masing pembimbing minimal 7 (tujuh) kali/total 14 (empat belas) kali

75/10/13 Ace pembetulan  
7/11/13 Ace Perbaikan Pemb II