

**IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH KOTA
BATAM NOMOR 7 TAHUN 2017 TENTANG PAJAK
DAERAH**

SKRIPSI



**Oleh:
Liya Agustina
141010072**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH KOTA
BATAM NOMOR 7 TAHUN 2017 TENTANG PAJAK
DAERAH**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Liya Agustina
141010072**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Liya Agustina
NPM : 141010072
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Administrasi Negara

Menyatakan bahwa “ Skripsi” yang saya buat dengan judul :

Implementasi Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pajak Daerah

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “ duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 11 Maret 2020

Liya Agustina
141010072

**IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH KOTA
BATAM NOMOR 7 TAHUN 2017 TENTANG PAJAK
DAERAH**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Liya Agustina
14101010072**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 11 Maret 2020

Azhar Abbas, S. Sos., M.Si.

Pembimbing

ABSTRAK

Evaluasi penerimaan pajak iklan di Kota Batam hingga akhir 2018 membuktikan bahwa persentase pencapaian masih rendah. Sehingga dianggap tidak memenuhi target perencanaan Pemerintah Kota Batam. Realisasi dan anggaran tidak sebanding. karena objek dan jumlah poinnya jelas. Pencapaian perolehan Pendapatan Asli Daerah dari sektor ini dapat dipenuhi. Sehingga dengan mengoptimalkan pemungutan pajak reklame diharapkan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Kota Batam. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk menyajikan data secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta di lapangan. Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, ini bertujuan untuk mengeksplorasi fakta-fakta tentang Implementasi Peraturan Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pajak Daerah. Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang diperoleh adalah: 1. Implementasi Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pajak Daerah telah berjalan dengan baik. 2. Beberapa kriteria sebagai tolok ukur untuk menentukan keberhasilan Implementasi Peraturan Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pajak Daerah adalah, komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi

Kata Kunci : Implementasi, Formulasi, Pajak Daerah

ABSTRACT

Evaluation of advertisement tax revenue in Batam City until the end of 2018 proves that the percentage of achievement is still low. So that it is considered not meet the Batam City Government's planning targets. Realization and budget are not comparable. because the object and the number of points is clear. The achievement of the acquisition of Regional Original Revenue from this sector can be fulfilled. So that by optimizing the collection of advertisement tax is expected to increase the Original Revenue of the City of Batam. This type of research is a type of descriptive research with a qualitative approach. This research was chosen because it is to present data systematically, factually, and accurately about the facts in the field. By using this type of descriptive research with a qualitative approach, it aims to explore the facts regarding the Implementation of Batam City Regulation Number 7 of 2017 concerning Regional Taxes. Based on the results of research and discussion that has been described in the previous chapter, the conclusions obtained are: 1. Implementation of Batam City Regional Regulation Number 7 of 2017 concerning Regional Taxes has been going well. 2. Several criteria as benchmarks to determine the success of the Implementation of Batam City Regulation Number 7 of 2017 concerning Regional Taxes are, communication, resources, disposition, and bureaucratic structure..

Keywords: *Implementation, formulation, Regional Taxes*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Administrasi Negara Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Bobby Mandala Putra, S.IP., M.SI., selaku Ketua Program Studi Administrasi Negara di Universitas Putera Batam, sekaligus pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Putera Batam.
3. Azhar Abbas, S. Sos., M. Si. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Administrasi Negara yang telah banyak membimbing penulis serta memberikan arahan sampai selesai skripsi ini.
4. Kedua orang tua saya Bapak Muhammad Ghazali dan Ibu Nurmayanti yang banyak memberikan dukungan baik moril maupun materil,

5. Kepada adik-adik saya Muhammad Rifai dan Muhammad Aldinsyahyang memberikan dukungan kepada saya.
6. Kepada Ricky Gustiawan yang selalu menemani dan mendukung saya dalam mengerjakan skripsi.
7. Sahabat-sahabat saya khususnya, Yolanda Paramitha, Maha Reza, Shinta Bahrum, Atwiyah, Marina Fitrijayanti, Sonia sss
8. Kepada Keluarga Besar GSS (Gerakan Seribu Sedekah) yang selalu beri saya semangat dan motivasi
9. Semua Teman-teman Prodi Administrasi Negara di Universitas Putera Batam.
10. Semua Masyarakat yang menjadi narasumber dari penelitian saya.

Dengan demikian penulis mengucapkan rasa terima kasih atas bantuan yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini semoga amal dan kebaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Tuhan Yang Maha Esa, amin.

Batam, 15 februari 2020

Liya Agustina

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Teori Dasar	8
2.1.1 Implementasi Kebijakan.....	8
2.2 Faktor-Faktor Penghambat Implementasi.....	16
2.3 Faktor-Faktor Pendukung Implementasi	17
2.4. Jenis dan Bagi hasil Pajak.....	21
2.4.1 Tarif Pajak	22
2.5 Pajak Reklame	28
2.6 Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 tahun 2017	38
2.7 Penelitian Terdahulu.....	38
2.8 Kerangka Pemikiran	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Peneitian.....	45
3.2 Fokus Penelitian.....	46
3.3 Sumber Data	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5. Teknik Analisa Data.....	50
3.6 Keabsahan Data.....	51
3.7 Lokasi Dan Jadwal Penelitian	52
3.7.1 Lokasi Penelitian.....	52
3.7.2 Jadwal penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.2. Implementasi Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pajak Daerah.....	61
4.1.3. Faktor Penghambat Implementasi Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017.....	68
4.1.4 Faktor Pendukung Implementasi Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017.....	73

4.2. Pembahasan.....	76
4.2.1. ImplementasiPeraturan Daerah Kota BatamNomor 7 Tahun 2017 Tentang Pajak Daerah.....	76
4.2.2. Faktor Pendukung.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Anggaran dan Realisasi Pendapatan Daerah Kota Batam	4
Gambar 2. 1 .Implementasi Kebijakan Mazmanian dan Sabatier	10
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Informan Wawancara	50
Tabel 3. 2 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	53
Tabel 4. 1 Program Dan Kegiatan Rencana Program Kegiatan BPPRD Kota Batam Tahun Anggaran 2018.....	61

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia sangat berkembang pesat, ditambah lagi dengan kondisi pasar perekonomian yang menuju pada perdagangan bebas. Sehingga semakin banyak kebutuhan perusahaan untuk memproduksi produk atau barang maupun jasa dari perusahaan tersebut. Hal ini menyebabkan perlunya suatu promosi yang membutuhkan biaya untuk penyediaan sarana dalam menyampaikan informasi yang akan diberikan. Akan tetapi, hal itu tidak terlepas dari pajak yang telah diatur oleh pemerintah pusat maupun daerah melalui Undang-Undang maupun Peraturan Daerah tentang pajak reklame. Oleh karena itu pemerintah memiliki kewajiban untuk mengawasi penerimaan pajak reklame sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan daerah.

Pada saat ini, pajak menjadi sumber penerimaan terbesar pendapatan negara. Hampir semua pendapatan negara bersumber dari pajak. Pajak juga menjadi iuran pemungutan yang dapat dipaksakan oleh pemerintah berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Menteri Keuangan Sri Mulyani menjelaskan, tren pertumbuhan penerimaan pajak jika tidak dihitung dengan tax amnesty yang hanya dilakukan satu kali menunjukkan, penerimaan perpajakan Indonesia masih dalam tren yang positif dan cukup tinggi (alinea.id, 2019). Kenaikan penerimaan negara di tahun ini didukung oleh kenaikan signifikan di pos Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang

mencapai 30,8% YoY ke angka Rp 407,1 triliun. Jumlah ini setara dengan 147,8% dari target APBN 2018 (cnbcindonesia.com, 2019).

Pajak juga sebagai perwujudan peran serta masyarakat atau wajib pajak untuk secara langsung dan bersama-sama melaksanakan kewajiban perpajakan yang diperlukan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional. Tujuan pembangunan nasional adalah untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur melalui peningkatan taraf hidup, kecerdasan dan kesejahteraan seluruh rakyat. Dalam pelaksanaan pembangunan nasional tersebut tidak terlepas oleh adanya pembangunan daerah. Sehingga untuk memperlancar pembangunan nasional diperlukan anggaran dari pemerintah negara yang diperoleh dari pemungutan pajak daerah. Untuk itulah pemerintah terus berupaya menggali setiap potensi yang bisa digunakan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan penerimaan daerah. Otonomi daerah merupakan suatu konsekuensi reformasi yang harus dihadapi oleh seluruh daerah di Indonesia. Oleh karena itu, dibutuhkan pembelajaran di setiap daerah untuk dapat mengubah tantangan menjadi sebuah peluang bagi kemajuan daerahnya. Disisi lain, pemerintah sebagai pengatur pengembangan konsep otonomi daerah, berperan sebagai penanggung jawab agar konsep otonomi daerah dapat dilaksanakan seperti yang diharapkan.

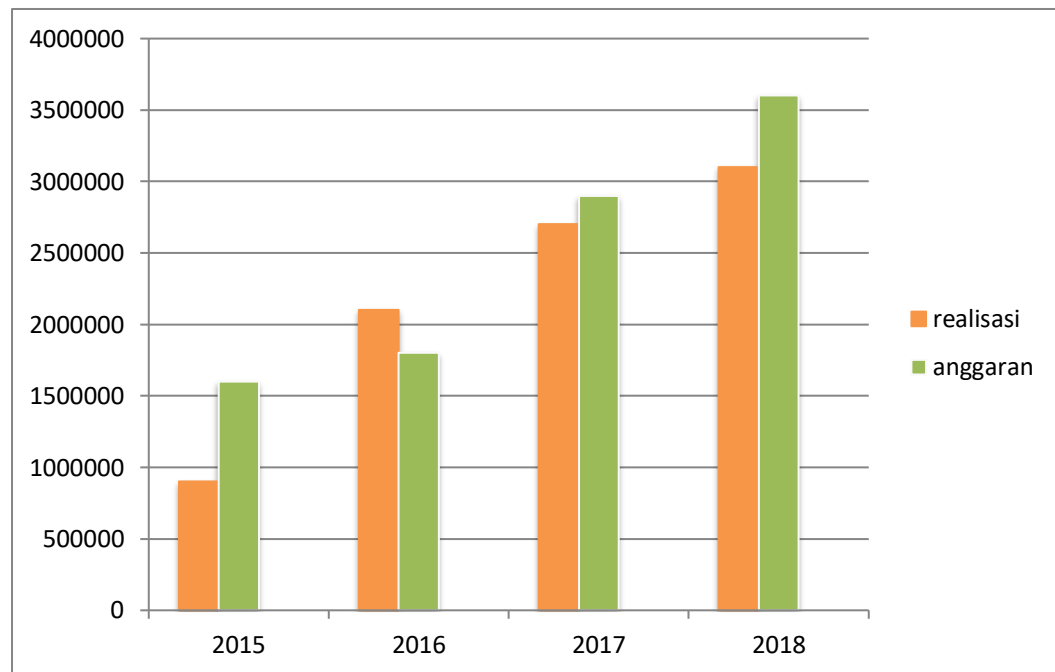
Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan

daerah bagi kemakmuran rakyat. Retribusi daerah atau retribusi berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah adalah pemungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.

Perekonomian pada suatu daerah sangat bergantung dari pendapatan asli daerah itu sendiri. Salah satu sumber pendapatan asli daerah adalah pajak reklame. Pajak reklame merupakan pajak yang diperoleh dari izin penyelenggaraan reklame. Secara umum, reklame dibedakan menjadi dua jenis, yaitu reklame produk dan reklame non-produk. Reklame produk adalah reklame berisi informasi tentang barang atau jasa. Tujuannya semata-mata untuk keperluan promosi. Sedangkan reklame non-produk adalah jenis reklame yang semata-mata memuat nama badan usaha. Contohnya logo, simbol, atau identitas perusahaan yang bertujuan agar diketahui oleh orang banyak.

Kota Batam sebagai salah satu kawasan perdagangan bebas di Indonesia yang memiliki potensial sangat besar untuk meningkatkan kondisi perekonomian daerah sehingga pemerintah daerah membuat kebijakan tentang peraturan daerah yang berkaitan dengan strategi peningkatan pendapatan asli daerah. Salah satu pendapatan daerah yang bisa dikelola dengan baik adalah pendapatan daerah dari penerimaan pajak reklame khususnya pemasangan papan reklame (*billboard*) yang ada di pemerintah Kota Batam. Kekuatan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) paling besar diperoleh dari pajak daerah yang dapat terus ditingkatkan setiap tahunnya. Perkembangan potensi pajak reklame dan

penerimaan pajak reklame oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Batam dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1 1 Anggaran dan Realisasi Pendapatan Daerah Kota Batam

Sumber data : Dinas Pendapatan Daerah Kota Batam,2019)

Dilihat dari gambar di atas, hingga akhir tahun anggaran 2018, perolehan pajak jauh dari yang diharapkan. Untuk menghindari hal ini, Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BP2RD) Kota Batam kembali menjalin kerjasama dengan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Agendanya untuk peningkatan optimalisasi pendapatan daerah dari sektor pajak reklame. Sesuai rekomendasi dari KPK, mereka akan melakukan studi tiru ke Kota Palembang yang dinilai sudah berhasil meningkatkan optimalisasi pajak reklamennya (tribunnews.com, 2019).

Evaluasi pendapatan pajak reklame pada Kota Batam hingga akhir tahun 2018 membuktikan bahwa persentasase pencapaiannya masih rendah. Sehingga dinilai tidak memenuhi target perencanaan Pemerintah Kota Batam. Realisasi dan anggaranya belum sebanding.

Perolehan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Batam dari sektor pajak reklame ini memiliki potensi tinggi, karena tidak sedikit perorangan atau badan usaha yang menggunakan reklame sebagai alat untuk mempromosikan usahanya. Selain itu dalam pemungutan pajak reklame seharusnya tidak sulit, karena objek dan jumlah titiknya sudah jelas. Seharusnya pencapaian perolehan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor ini dapat terpenuhi. Sehingga dengan mengoptimalkan pemungutan dari pajak reklame diharapkan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Batam.

Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD) akan mengoptimalisasikan pendapatan daerah dari sektor pajak reklame. Kepala BPPRD, Raja Azmansyah mengatakan hal ini sesuai dengan rekomendasi dari Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Bentuk teknologi yang dimanfaatkan misalnya penggunaan barcode. Jadi dengan memindai kode batang yang tertera pada materi reklame, dapat terpantau masa berlakunya (mediacentre.batam.go.id).

Pendapatan pajak reklame Kota Batam tahun 2020 ditargetkan mampu mencapai Rp 11,3 Miliar. Jumlah ini naik sebesar Rp 3 Miliar dari target Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) tahun 2019 yang berjumlah Rp 8,2 Miliar. Sekretaris Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BPPRD), Aditya Guntur Nugraha menyampaikan dalam membantu pengawasan reklame-

reklame tersebut memberikan QR Code pada setiap titik reklame. Sehingga nantinya reklame yang terpasang diseluruh Kota Batam dapat terpantau secara langsung oleh pemerintah (Swarakepri.com).

Melihat kontribusi dan potensi dari pajak reklame sebagai salah satu pajak daerah perlu dilakukannya kajian yang lebih dalam mengenai penerimaan pajak reklame terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang dituangkan dalam penelitian yang berjudul **“Implementasi Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 tahun 2017 tentang Pajak Daerah”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi Pajak Reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pajak Daerah ?
2. Faktor apa saja yang mempengaruhi Implementasi Pajak Reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Batam No. 7 Tahun 2017 tentang Pajak Daerah ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pelaksanaan Peraturan Daerah No 7 tahun 2017 tentang Pajak Daerah khususnya Pajak Reklame
2. Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Batam No 7 Tahun 2017 khususnya Pajak Reklame

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat akademis, melalui penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi atau memperdalam kajian terhadap ilmu administrasi publik, khususnya dalam kajian administrasi pemerintah daerah dan pelayanan publik, kebijakan publik dan keuangan daerah
2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan, dapat memberikan masukan-masukan ataupun saran-saran tentang Pajak Daerah khususnya Pajak Reklame

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan publik merupakan tahap yang krusial dalam proses kebijakan publik. Implementasi kebijakan pada dasarnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya. Implementasi dilakukan setelah suatu kebijakan ditetapkan. Secara umum implementasi memiliki makna pelaksanaan Undang-Undang dimana berbagai aktor, organisasi, prosedur dan teknik bekerja bersama-sama untuk menjalankan kebijakan dalam upaya untuk meraih tujuan-tujuan kebijakan program-program. Implementasi pada sisi lain merupakan fenomena yang kompleks yang mungkin dapat dipahami sebagai suatu proses, suatu keluaran (*output*), maupun dampak (*outcome*) (Winarno, 2016: 146).

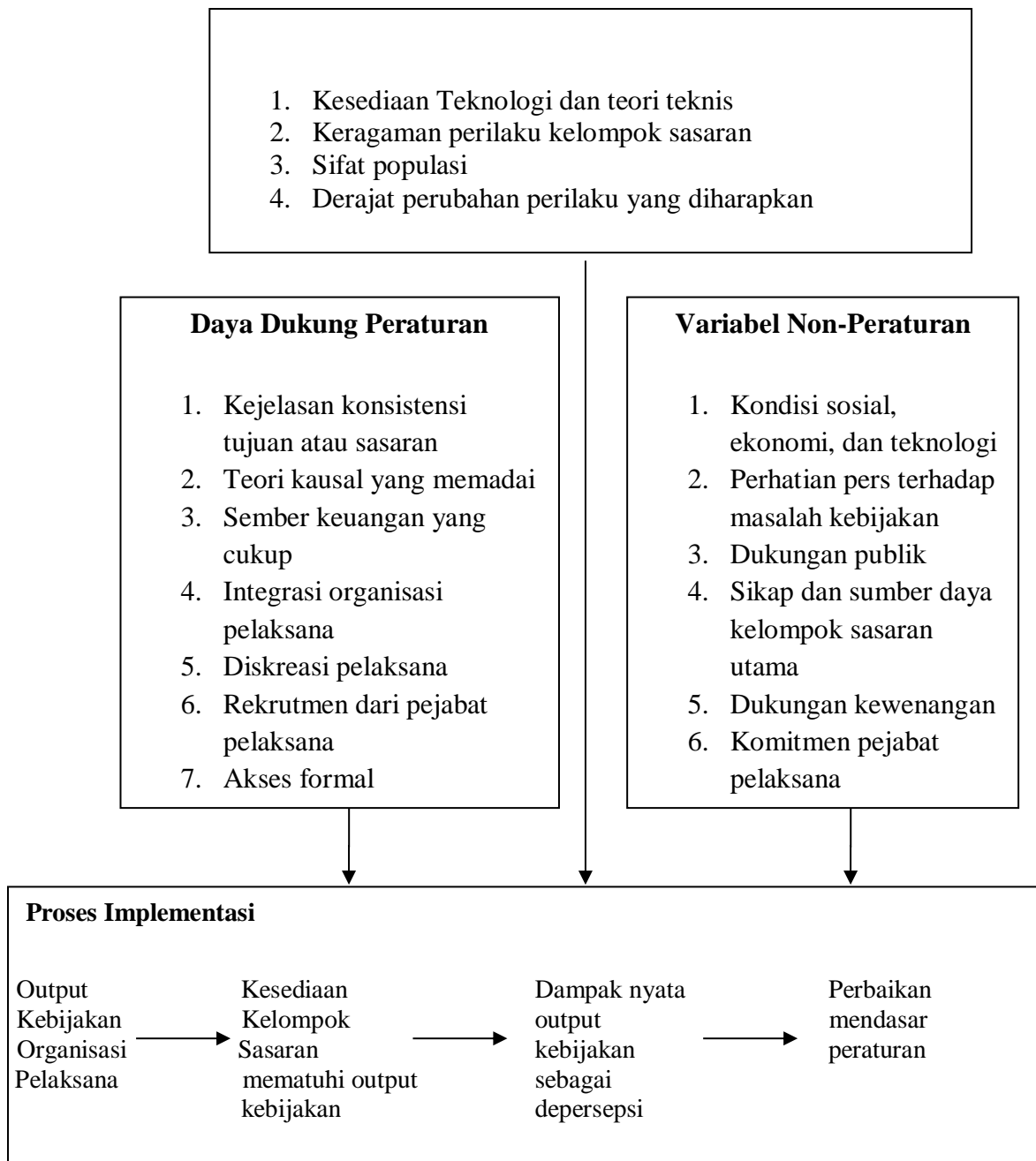
Fungsi implementasi kebijakan adalah untuk membentuk suatu hubungan yang memungkinkan tujuan atau sasaran kebijakan negara diwujudkan sebagai suatu *outcome*. Dalam kamus Webster, pengertian implementasi dirumuskan secara pendek, dimana *to implement* berarti *to provide means for carrying out: to give practical effect to* (menyajikan alat bantu untuk melaksanakan: menimbulkan dampak/berakibat sesuatu) (Abdul Wahab, 2016: 132).

Implementasi merupakan proses penting dalam sebuah kebijakan, dan tidak terpisahkan dalam formulasi kebijakan. Formulasi kebijakan merupakan suatu rencana yang akan sia-sia jika rencana tersebut tidak diimplementasikan.

Dalam praktiknya, proses implementasi seringkali terjadi dengan sangat rumit dan kompleks. Dalam hal ini benturan antar aktor baik administrator, petugas lapangan maupun sasaran seringkali terjadi. Selama implementasi berlangsung sering terjadi beragam interpretasi atas tujuan, target maupun strateginya. Di dalam praktiknya, implementasi kebijakan tidak selamanya menemui keberhasilan melainkan juga sering mengalami kegagalan oleh karena itu, diperlukan suatu kajian yaitu studi implementasi kebijakan yang bertujuan untuk menilai keberhasilan sebuah kebijakan.

A. Faktor Yang Memengaruhi Keberhasilan Implementasi Kebijakan

Menurut Mazmanian dan Sabatier (dalam Anggara, 2014: 257), ada tiga faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi yaitu: (1) karakteristik dari masalah (*tractability of the problems*); (2) karakteristik kebijakan/Undang-Undang (*ability of statute to structure implementation*); (3) lingkungan (*nonstatutory variables affecting implementations*).



Gambar 2. 1 .Implementasi Kebijakan Mazmanian dan Sabatier
Sumber: Sahya Anggara (2014:258)

1) Karakteristik masalah

- a) Tingkat kesulitan teknis dari masalah yang bersangkutan. Disatu pihak ada beberapa masalah sosial yang secara teknis mudah dipecahkan. Di pihak lain terdapat masalah-masalah sosial yang sulit dipecahkan.
- b) Tingkat kemajemukan dari kelompok sasaran. Hal ini berarti bahwa suatu program relatif lebih mudah diimplementasikan apabila kelompok sasarannya homogen. Sebaliknya, apabila kelompok sasarannya heterogen, implementasi program akan relatif lebih sulit karena tingkat pemahaman setiap anggota kelompok sasaran program berbeda.
- c) Proporsi kelompok sasaran terhadap total populasi. Sebuah program akan lebih sulit diimplementasikan apabila sasarannya mencakup semua populasi. Sebaliknya, sebuah program relatif mudah diimplementasikan apabila kelompok sasarannya tidak terlalu besar.
- d) Cakupan perubahan perilaku yang diharapkan. Sebuah program yang bertujuan memberikan pengetahuan atau bersifat kognitif akan mudah diimplementasikan daripada program yang bertujuan mengubah sikap dan perilaku masyarakat.

2) Karakteristik kebijakan.

- a) Kejelasan isi kebijakan. Hal ini berarti semakin jelas dan terperinci isi sebuah kebijakan, akan mudah diimplementasikan. Sebaliknya,

ketidakjelasan isi kebijakan merupakan potensi lahirnya distorsi dalam implementasi kebijakan.

- b) Seberapa jauh kebijakan tersebut memiliki dukungan teoritis. Kebijakan yang memiliki dasar teoritis memiliki sifat yang lebih mantap karena sudah teruji, walaupun beberapa lingkungan sosial tertentu perlu adanya modifikasi.
- c) Besarnya alokasi sumber daya finansial terhadap kebijakan tersebut. Sumber daya keuangan adalah faktor krusial untuk setiap program sosial. Setiap program juga memerlukan dukungan staf untuk melakukan pekerjaan administrasi dan teknis, serta memonitor program yang semuanya itu memerlukan biaya.
- d) Seberapa besar adanya keterpautan dan dukungan antar-antar institusi pelaksana. Kegagalan program sering disebabkan kurangnya koordinasi vertikal dan horizontal antarinstansi yang terlibat dalam implementasi program.
 - a) Kejelasan dan konsistensi aturan yang ada pada badan pelaksana.
 - b) Tingkat komitmen aparat terhadap tujuan kebijakan.
 - c) Seberapa luas akses kelompok-kelompok luar untuk berpartisipasi dalam implementasi kebijakan. Suatu program yang memberikan peluang luas bagi masyarakat untuk terlibat, relatif mendapat dukungan daripada program yang tidak melibatkan masyarakat.

Masyarakat akan merasa terasing atau teralienasi apabila hanya menjadi penonton terhadap program yang ada di wilayahnya.

3) Lingkungan kebijakan

- a) Kondisi sosial ekonomi masyarakat dan tingkat kemajuan teknologi. Masyarakat yang sudah terbuka dan terdidik lebih mudah menerima program pembaruan dibandingkan dengan masyarakat yang masih tertutup dan tradisional.
- b) Dukungan publik terhadap suatu kebijakan. Kebijakan yang memberikan insentif biasanya mudah mendapatkan dukungan publik.
- c) Sikap kelompok pemilih (*constituency groups*). Kelompok pemilih yang ada dalam masyarakat dapat memengaruhi implementasi kebijakan melalui berbagai cara
- d) Tingkat komitmen dan keterampilan dari aparat dan implementor. Pada akhirnya, komitmen aparat pelaksana untuk merealisasikan tujuan yang telah tertuang dalam kebijakan adalah variabel yang krusial. Aparat badan pelaksana harus memiliki keterampilan dalam membuat prioritas tujuan dan selanjutnya merealisasikan prioritas tujuan tersebut.

B. Kriteria Pengukuran Implementasi Kebijakan

Menurut Grindle dan Quade, untuk mengukur kinerja implementasi suatu kebijakan publik harus memerhatikan variabel kebijakan, organisasi, dan lingkungan. Perhatian itu perlu diarahkan karena melalui pemilihan kebijakan yang tepat, masyarakat dapat berpartisipasi memberikan kontribusi yang optimal untuk

mencapai tujuan yang diinginkan. Selanjutnya, ketika sudah ditemukan kebijakan yang terpilih diperlukan organisasi pelaksana karena di dalam organisasi ada kewenangan dan berbagai sumber daya yang mendukung pelaksanaan kebijakan bagi pelayanan publik (Anggara, 2014:261).

Kriteria pengukuran keberhasilan implementasi menurut Ripley dan Franklin didasarkan pada tiga aspek, yaitu:

1. Tingkat kepatuhan birokrasi terhadap birokrasi di atasnya atau tingkatan birokrasi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
2. Adanya kelancaran rutinitas dan tidak adanya masalah.
3. Pelaksanaan dan dampak (manfaat) yang dikehendaki dari semua program yang ada terarah.

C. Model George C. Edward III

Selanjutnya *George C. Edward III* dalam (Mulyadi, 2016:68) mengemukakan 4 (empat) variable yang mempengaruhi implementasi kebijakan yakni komunikasi, sumberdaya, disposisi, dan struktur birokrasi. Keempat variable tersebut saling berhubungan satu sama lain.

1. Komunikasi

Keberhasilan implementasi kebijakan masyarakat agar implementator mengetahui apa yang harus dilakukan. Apa yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus ditransmisikan kepada kelompok sasaran sehingga akan mengurangi distorsi implementasi. Apabila tujuan dan sasaran suatu kebijakan

tidak jelas atau bahkan tidak diketahui sama sekali oleh kelompok sasaran maka kemungkinan akan terjadi resistensi dari kelompok sasaran.

2. Sumberdaya

Walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementator kekurangan sumberdaya untuk melaksanakan, implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumberdaya tersebut dapat berwujud sumberdaya manusia, yakni kompetensi implementator, dan sumberdaya finansial. Sumberdayanya adalah faktor penting untuk implementasi kebijakan agar efektif. Tanpa sumberdaya, kebijakan hanya tinggal dikertas menjadi dokumen saja.

3. Disposisi

Disposisi adalah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementator, seperti komitmen, kejujuran, sifat demokratis. Apabila implementator memiliki disposisi yang baik, maka dia dapat menjalankan kebijakan dengan baik seperti apa yang diinginkan oleh pemuat kebijakan, maka proses implementasi kebijakan juga menjadi tidak efektif.

4. Struktur Birokrasi

Struktur organisasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Salah satu dari aspek struktur yang penting dari setiap organisasi adalah adanya prosedur operasi yang standar (*standard operating procedures* atau SOP).

2.2 Faktor-Faktor Penghambat Implementasi

Menurut Bambang Sunggono dalam buku Hukum dan Kebijakan Publik, implementasi kebijakan mempunyai beberapa faktor penghambat, yaitu:

1) Isi kebijakan

Pertama, implementasi kebijakan gagal karena masih samarnya isi kebijakan, maksudnya apa yang menjadi tujuan tidak cukup terperinci, sarana-sarana dan penerapan prioritas, atau program-program kebijakan terlalu umum atau sama sekali tidak ada. Kedua, karena kurangnya ketetapan intern maupun ekstern dari kebijakan yang akan dilaksanakan. Ketiga, kebijakan yang akan diimplementasikan dapat juga menunjukkan adanya kekurangan-kekurangan yang sangat berarti. Keempat, penyebab lain dari timbulnya kegagalan implementasi suatu kebijakan publik dapat terjadi karena kekurangan-kekurangan yang menyangkut sumber daya pembantu, misalnya yang menyangkut waktu, biaya/dana dan tenaga manusia.

2) Informasi

Implementasi kebijakan publik mengasumsikan bahwa para pemegang peran yang terlibat langsung mempunyai informasi yang perlu atau sangat berkaitan untuk dapat memainkan perannya dengan baik. Informasi ini justru tidak ada, misalnya akibat adanya gangguan komunikasi.

3) Dukungan

Pelaksanaan suatu kebijakan publik akan sangat sulit apabila pada pengimplemetasiannya tidak cukup dukungan untuk pelaksanaan kebijakan tersebut.

4) Pembagian potensi

Sebab musabab yang berkaitan dengan gagalnya implementasi suatu kebijakan publik juga ditentukan aspek pembagian potensi diantara para pelaku yang terlibat dalam implementasi. Dalam hal ini berkaitan dengan diferensiasi tugas dan wewenang organisasi pelaksana. Struktur organisasi pelaksanaan dapat menimbulkan masalah-masalah apabila pembagian wewenang dan tanggung jawab kurang disesuaikan dengan pembagian tugas ditandai oleh adanya pembatasan-pembatasan yang kurang jelas.

Suatu kebijakan publik akan menjadi efektif apabila dilaksanakan dan mempunyai manfaat positif bagi anggota-anggota masyarakat. Dengan kata lain tindakan atau perbuatan manusia sebagai anggota masyarakat harus sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemerintah atau negara. Sehingga apabila perilaku atau perbuatan mereka tidak sesuai dengan keinginan pemerintah atau negara, maka suatu kebijakan publik tidak efektif.

2.3 Faktor-Faktor Pendukung Implementasi

Adapun faktor-faktor pendukung implementasi kebijakan publik antara lain mengacu pada enam sumberdaya pokok manajemen menurut George R. Terry dalam (Mulyadi, 2015:27) :

- a. *Men (Human Resources)*, dalam manajemen publik, sumber daya manusia ini tidak hanya mampu, tetapi harus memenuhi persyaratan karier.
- b. *Money (Finances)*, dalam manajemen publik, money sangat terikat dengan ketentuan peruntukan dari mata anggaran yang telah disetujui terlebih dahulu.

- c. *Material (logistik)*,
- d. *Machine (information)*, manajemen publik dikelola melalui informasi yang berbentuk persuratan dan alat komunikasi lain serta dokumentasi dan arsip.
- e. *Methods (Legitimate)*, keabsahan atau legitimasi suatu kebijakan juga sangat penting. Dalam manajemen publik dikenal dengan persetujuan atasan atau sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- f. *Market (Participation)*, partisipasi dapat berbentuk dukungan dapat pula berbentuk penolakan. Keduanya merupakan masukan yang diperlukan dalam proses dan implementasi kebijakan publik. Dikenal ada dua bentuk partisipasi, yang pertama murni yang muncul secara spontan dari rakyat, kedua mobilisasi yaitu partisipasi yang diorganisasi oleh pihak tertentu.

Pengertian Pajak Daerah Pengenaan pajak di Indonesia berdasarkan tingkat pemerintahannya dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu pajak negara dan pajak daerah. Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Azhari Aziz, 2016: 67). Badan adalah sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha atau lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.

Berdasarkan pengertian di atas, pajak daerah adalah pajak yang dipungut daerah berdasarkan peraturan pajak yang ditetapkan oleh daerah untuk

kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut. Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dan kemandirian daerah, daerah diperbolehkan melakukan perluasan objek pajak daerah dan retribusi daerah serta pemberian diskresi dalam penetapan tarif perluasan objek pajak tersebut adalah perluasan objek pajak yang belum diusahakan oleh negara.

Ada beberapa ciri yang melekat dalam pengertian pajak daerah baik menurut UU yang berlaku terdahulu maupun yang berlaku sekarang, yaitu:

1. Pajak daerah dapat berasal dari pajak asli daerah maupun pajak negara yang diserahkan kepada daerah sebagai pajak daerah.
2. Pajak daerah dipungut oleh daerah terbatas di dalam wilayah administratif yang dikuasainya.
3. Hasil pungutan pajak daerah dipergunakan untuk membiayai urusan rumah tangga daerah atau untuk membiayai pengeluaran daerah sebagai badan hukum.
4. Pajak daerah dipungut oleh daerah berdasarkan kekuatan Peraturan Daerah (Perda), maka sifat pemungutan pajak daerah dapat dipaksakan kepada masyarakat yang wajib membayar dalam lingkungan administratif kekuasaannya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah dibedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu (UU 34/2000):

1. Pajak Provinsi, antara lain:
 - a. Pajak Kendaraan Bermotor;
 - b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor;
 - c. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor;
 - d. Pajak Air Permukaan;
 - e. Pajak Rokok
2. Pajak Kabupaten atau Kota, antara lain:
 - a. Pajak Hotel;
 - b. Pajak Restoran;
 - c. Pajak Hiburan;
 - d. Pajak Reklame;
 - e. Pajak Penerangan Jalan;
 - f. Pajak Mineral bukan Logam dan Batuan;
 - g. Pajak Parkir;
 - h. Pajak Sarang Burung Walet;
 - i. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan;
 - j. Bea Perhotelan Hak atas Tanah dan Bangunan.

Dalam ketentuannya daerah dilarang memungut pajak selain jenis pajak seperti yang dimaksudkan di atas. Jenis pajak-pajak tersebut dapat tidak dipungut apabila potensinya kurang memadai atau disesuaikan dengan kebijakan daerah yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Khusus daerah yang setingkat dengan daerah provinsi, tetapi tidak terbagi dalam daerah kabupaten/kota otonom, seperti Daerah Khusus Ibukota Jakarta, jenis pajak yang dapat dipungut merupakan

gabungan dari pajak untuk daerah provinsi dan pajak untuk daerah kabupaten/kota.

Ketentuan tentang objek, subjek, dan dasar pengenaan pajak diatur dengan Peraturan Pemerintah. Dengan Peraturan Daerah dapat ditetapkan jenis pajak kabupaten/kota memenuhi kriteria, sebagai berikut:

1. Bersifat pajak dan bukan retribusi
2. Objek pajak terletak atau terdapat di wilayah daerah kabupaten/kota yang bersangkutan dan mempunyai mobilitas yang cukup rendah serta hanya melayani masyarakat di wilayah daerah kabupaten/kota bersangkutan
3. Objek dan dasar pengenaan pajak tidak bertentangan dengan kepentingan umum
4. Objek pajak bukan merupakan objek pajak provinsi dan objek pajak pusat
5. Potensinya memadai
6. Tidak memberikan dampak ekonomi yang negatif
7. Memerhatikan aspek keadilan dan kemampuan masyarakat
8. Menjaga kelestarian lingkungan

2.4. Jenis dan Bagi hasil Pajak

Menurut Pasal 94 Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2009, hasil penerimaan pajak provinsi sebagian diperuntukkan bagi daerah kabupaten/kota di wilayah provinsi yang bersangkutan dengan ketentuan umum sebagai berikut:

1. Hasil penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor diserahkan kepada kabupaten/kota sebesar 30% (tiga puluh persen)
2. Penerimaan Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor diserahkan kepada kabupaten/kota sebesar 70% (tujuh puluh persen)
3. Hasil penerimaan Pajak Rokok kepada kabupaten/kota sebesar 70% (tujuh puluh persen)
4. Hasil penerimaan Pajak Air Permukaan diserahkan kepada kabupaten/kota sebesar 50% (lima puluh persen)

Khusus untuk penerimaan Pajak Air Permukaan dari sumber air yang beda hanya pada 1 (satu) wilayah kabupaten/kota, hasil penerimaan Pajak Air Permukaan dimaksud diserahkan kepada kabupaten/kota yang bersangkutan sebesar 80% (delapan puluh persen). Penerimaan Pajak Rokok, baik bagian provinsi maupun bagian kabupaten/kota, dialokasikan paling sedikit 50% (lima puluh persen) untuk mendanai pelayanan kesehatan masyarakat dan penegakan hukum oleh aparat yang berwenang. Selanjutnya, bagian kabupaten/kota ditetapkan dengan memerhatikan aspek pemerataan dan potensi antar kabupaten/kota. Ketentuan lebih lanjut mengenai bagi hasil penerimaan pajak provinsi yang diperuntukkan bagi kabupaten/kota ditetapkan dengan Peraturan Daerah Provinsi.

2.4.1 Tarif Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009, tarif untuk tiap jenis paja daerah untuk provinsi ditetapkan sebagai berikut:

1. Pajak Kendaraan Bermotor
 - a. Untuk kepemilikan Kendaraan Bermotor pertama paling rendah sebesar 1% (satu persen) dan paling tinggi sebesar 2% (dua persen)
 - b. Untuk kepemilikan Kendaraan Bermotor kedua dan seterusnya tarif dapat ditetapkan secara progresif paling rendah sebesar 2% (dua persen) dan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen)
 - c. Tarif Pajak Kendaraan Bermotor angkutan umum, ambulans, pemadam kebakaran, sosial keagamaan, lembaga sosial dan keagamaan, pemerintah/TNI/POLRI, pemerintah daerah, dan kendaraan lain yang ditetapkan dengan Peraturan Daerah, ditetapkan paling rendah sebesar 0,5% (nol koma lima persen) dan paling tinggi sebesar 1% (satu persen)
 - d. Tarif Pajak Kendaraan Bermotor alat-alat berat dan alat-alat besar ditetapkan paling rendah sebesar 0,1% (nol koma satu persen) dan paling tinggi 0,2% (nol koma dua persen)
2. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor: penyerahan pertama sebesar 20% (dua puluh persen), penyerahan kedua dan seterusnya sebesar 1% (satu persen). Untuk Kendaraan Bermotor dan alat-alat berat serta alat-alat besar yang tidak menggunakan jalan umum tarif pajak ditetapkan paling tinggi untuk:
 - a. Penyerahan pertama sebesar 0,75% (nol koma tujuh puluh lima persen)
 - b. Penyerahan kedua dan seterusnya sebesar 0,075% (nol koma nol tujuh puluh lima persen)
3. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor setinggi-tingginya 10%
4. Pajak Air Permukaan, tarif setinggi-tingginya 10%

5. Pajak Rokok ditetapkan sebesar 105% (sepuluh persen) dari cukai rokok.

Sedangkan untuk setiap jenis pajak daerah untuk kota/kabupaten ditetapkan tariff pajak sebagai berikut:

1. Pajak Hotel setinggi-tingginya 10%
2. Pajak Restoran setinggi-tingginya 10%
3. Pajak Hiburan setinggi-tingginya 35%, kecuali untuk hiburan berupa pagelaran busana, kontes kecantikan, diskotik, karaoke, club malam, permainan ketangkasan, panti pijat, dan mandi uap/spa, tarif pajak hiburan bisa ditetapkan paling tinggi sebesar 75% dan hiburan kesenian rakyat/tradisional dikenakan tarif pajak hiburan ditetapkan paling tinggi sebesar 10%
4. Pajak Reklame 25%
5. Pajak Penerangan Jalan 10%; Penggunaan tenaga listrik dari sumber lain oleh industri, pertambangan minyak bumi dan gas alam, tarif pajak penerangan lampu jalan sebesar 3%; dan penggunaan tenaga listrik yang dihasilkan sendiri, tarif pajak penerangan jalan ditetapkan paling tinggi sebedar 10%
6. Pajak Mineral bukan logam dan batuan, tarif setinggi-tingginya 25%
7. Pajak Parkir tarif setinggi-tingginnnya 30%

C. Peraturan Daerah tentang Pajak

Menurut Pasal 95 pada Undang-Undang ini daerah menetapkan peraturan atas perpajakan sebagai berikut:

1. Pajak ditetapkan dengan Peraturan Daerah
2. Peraturan Daerah tentang Pajak tidak dapat berlaku surut
3. Peraturan Daerah tentang Pajak sekurang-kurangnya mengatur ketentuan mengenai:
 - a. Nama, objek, dan subjek pajak
 - b. Dasar pengenaan, tarif, dan cara perhitungan pajak
 - c. Wilayah pemungutan
 - d. Masa pajak
 - e. Penetapan
 - f. Tata cara pembayaran dan penagihan
 - g. Kadaluwarsa
 - h. Sanksi administrasi
 - i. Tanggal mulai berlakunya.

Peraturan daerah tentang pajak mengatur pula ketentuan mengenai :

1. Pemberian pengurangan, keringanan dan pembebasan dalam hal-hal tertentu atas pokok pajak dan sanksinya
2. Tata cara penghapusan piutang pajak yang kadaluwarsa
3. Asas timbal balik

Peraturan Daerah harus terlebih dahulu disosialisasikan dengan masyarakat sebelum ditetapkan dan ketentuan mengenai tata cara dan mekanisme pelaksanaan sosialisasi Peraturan Daerah ditetapkan oleh kepala daerah.

D. Sistem Pemungutan Pajak

Terdapat beberapa sistem pemungutan pajak daerah yang berlaku. Sistem pemungutan pajak daerah itu diantaranya ialah dengan sistem setor tunai, sistem pembayaran di muka, sistem pengaitan, sistem benda berharga dan sistem kartu. Berikut ini akan dijelaskan secara ringkas:

1. Pemungutan dengan Sistem Surat Ketetapan (SKP)

Dengan sistem ini setiap wajib pajak ditetapkan untuk menentukan saat seseorang atau badan mulai terutang pajak dan berkewajiban untuk mengisi Surat Pemberitahuan (SPT) dan ditetapkan secara benar menurut undang-undang. Sistem ini merupakan sistem konvensional, dalam pajak pusat diistilahkan dengan *official assessment system*. Dalam undang-undang pajak baru, sistem ini dikenal juga dengan nama sistem *cumpolsory compliance*.

2. Pemungutan dengan Sistem Setor Tunai

Sistem Setor Tunai dikenal juga dengan istilah *Contante Storing (CS)*. Penggunaan istilah ini pertama kali ditemukan pada Peraturan Menteri Keuangan Nomor 3 Tahun 1974 jo. Sistem ini sama dengan istilah yang berlaku pada pajak pusat, yaitu *self assessment system* dimana wajib pajak diberi kepercayaan untuk menghitung, menetapkan, menyetor, dan

melaporkan sendiri pajak yang terutang ke kas negara atau kas daerah bagi pajak daerah.

3. Pemungutan dengan Sistem Pembayaran di Muka

Sistem Pembayaran di Muka dapat dibedakan menjadi dua sistem yakni Pembayaran di Muka (PDM) sebagai ketetapan definitif dan Pembayaran di Muka (PDM) sebagai pungutan pendahuluan. Pembayaran di Muka sebagai ketetapan definitif mempunyai arti dalam sistem ini pada akhir tahun tidak diperlukan lagi penetapan secara definitif.

4. Pemungutan dengan Sistem Pengaitan

Sistem pengaitan adalah pungutan pajak daerah dikaitkan pada suatu pelaksanaan atau kepentingan wajib pajak. Ada dua sistem model ini, yaitu *pertama*, sistem pengaitan murni dimana pungutan pajak murni mengait pada pelayanan, dalam pelaksanaannya dilakukan secara terpadu dengan jenis pungutan yang ditumpangi. *Kedua*, pengaitan pada beberapa jenis pungutan yang dilaksanakan secara bersama-sama dalam satu atap (*one roof operation*).

5. Pemungutan dengan Sistem Benda Berharga

Sistem pemungutan ini umumnya digunakan untuk pemungutan retribusi daerah, seperti retribusi parkir. Yang dimaksud dengan benda berharga adalah alat atau sarana pembayaran yang digunakan untuk memenuhi kewajiban, yang sekaligus merupakan tanda pembayaran. Benda berharga tersebut dapat

berupa karcis, materai, formulir berharga dan tanda lainnya yang ditetapkan oleh kepala daerah melalui Dinas Pendapatan Daerah.

6. Pemungutan dengan Sistem Kartu

Seperti halnya pemungutan dengan sistem benda berharga, sistem kartu juga memiliki alat yang digunakan sebagai pembayaran, yang dalam pelaksanaannya ada kartu sebagai tanda terima (memiliki nilai uang) dan kartu sebagai tempat membaya.

2.5 Pajak Reklame

A. Sejarah dan Dasar Hukum

Pajak atas reklame sudah ada sejak Tahun 1937. Pada waktu itu Pajak atas Reklame hanya berlaku untuk wilayah Batavia (Jakarta) saja, dengan nama Bataviasche Reclameverordening, 1937 yang diundangkan tanggal 16 November 1936 (Lembaran Kotapradja Jakarta Raya 1958 Nomor 3), Tahun 1967. Dengan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 1977 peraturan Pajak Reklame kembali mengalami perubahan. Terakhir dasar hukum Pajak Reklame dapat diurut sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak dan Retribusi Daerah
2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak dan Retribusi Daerah
3. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak dan Retribusi Daerah

B. Pengertian Pajak Reklame

Pajak Reklame adalah pajak daerah (kabupaten/kota), akan tetapi untuk daerah yang tidak memiliki daerah (kabupaten/kota), yang menjadi pajak daerah bagi daerah tersebut adalah gabungan pajak daerah provinsi dan pajak daerah kabupaten/kota. Salah satu pertimbangan diberlakukannya peraturan tentang Pajak Reklame adalah mengenai asas pemungutan pajak reklame itu sendiri. Pada penjelasan umum Peraturan Daerah itu menyebutkan bahwa sesuai dengan asas pemungutan pajak daerah ini disebutkan bahwa sesuai dengan asas pemungutan Pajak Reklame yang menitikberatkan pada pengaturan kebersihan, keindahan dan ketertiban kota, maka kemajuan teknik promosi dalam bidang perdagangan serta kondisi jalan-jalan, pertokoan dan bangunan. Maka peraturan yang terdahulu dianggap tidak sesuai lagi dengan perkembangan keadaan sekarang.

1. Reklame, ialah benda, alat, atau perbuatan, yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya dengan maksud untuk mencari keuntungan (sales promotion) dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, atau memujikan suatu barang atau jasa ataupun seseorang untuk menarik perhatian umum.
2. Izin ialah izin penyelenggaraan reklame yang terdiri dari izin tetap dan izin terbatas. Reklame tetap ialah reklame yang izinnya berlaku sampai ada pencabutan. Reklame tidak tetap ialah reklame yang jangka waktu berlakunya ditetapkan dalam izinnya.
3. Nilai sewa reklame ialah nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya reklame.

4. Titik reklame adalah tempat dimana bidang reklame didirikan atau ditempelkan baik dalam prasarana dan sarana kota atau diluarnya.
5. Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame (SPPR) dan mendaftarkan identitas pemilik reklame sebagai dasar perhitungan pajak terutang.
6. Surat Izin Bekerja Perencana (SIBP) ialah surat yang diberikan kepada seorang ahli untuk dapat melakukan pekerjaan sebagai peneliti tanah, perancang, pengawas, pengkaji teknis, dan pemelihara bangunan.
7. Surat Kuasa Untuk Menyetor (SKUM) adalah nota untuk perhitungan besarnya pajak reklame yang harus dibayar oleh wajib pajak yang berfungsi sebagai ketetapan pajak.

C. Klasifikasi Reklame

Pada umumnya reklame dapat dikelompokkan atas dua bagian, yaitu jenis reklame yang dipasang pada prasarana kota dan di luar prasarana kota. Akan tetapi kedua jenis ini dapat saja menggunakan fasilitas bangunan-bangunan.

Jenis-jenis reklame itu sebagai berikut:

1. Reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya
2. Reklame kain
3. Reklame melekat, stiker
4. Reklame selebaran
5. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan
6. Reklame udara

7. Reklame apung
8. Reklame suara
9. Reklame film/slide
10. Reklame peragaan

Jenis reklame pada prasarana kota, penempatan dan pemasangannya menggunakan atau terletak pada prasarana kota, penempatan dan pemasangannya menggunakan atau terletak pada prasarana kota, seperti jalan-jalan, taman-taman, saluran kota, bangunan pada perpustakaan milik pemerintah, atau perorangan. Reklame kelompok ini harus memiliki persyaratan sebagai berikut:

- a. Pemasangannya tidak mengganggu ketertiban umum dan keamanan serta tidak menyimpang dari norma-norma sosial dan budaya, tidak mengganggu keindahan kota, tidak mengganggu lalu lintas pejalan kaki maupun pengaturan lalu lintas
- b. Tidak mengganggu fungsi prasarana kota dan merusak konstruksi prasarana kota, dan yang lebih penting lagi adalah dari segi bahan reklame itu sendiri, bahwa bahannya tidak boleh mengganggu kebersihan kota
- c. Jenis reklame diluar prasarana kota, penempatan dan pemasangannya tidak menggunakan prasarana kota dan bangunan. Pemasangan reklame ini paling tidak harus tidak mengganggu ketertiban umum dan keamanan, serta tidak menyimpang dari norma-norma sosial budaya, tidak mengganggu keindahan kota, tidak mengganggu lalu lintas pejalan kaki maupun pengaturan lalu lintas

- d. Pemasangan reklame dipasang melintang pada jalan-jalan seperti jembatan penyebrangan, lajur tepi jalan atau rotoir (trotoar), lajur pemisah dan pulau-pulau lalu lintas
- e. Pemasangan pada daerah milik perorangan dapat pula diperkenankan bila mendapatkan persetujuan tertulis dari pemiliknya. Demikian pula pemasangan reklame pada daerah tata pengairan, asalkan pemasangannya dilakukan serendah-rendahnya tiga meter dari permukaan air pasang dengan posisi melintang.

D. Cara Memperoleh Izin

Untuk mendapatkan izin, yang berkepentingan harus mengajukan permohonan kepada Gubernur Kepala Daerah dengan mengisi formulir yang telah disediakan pada Dinas Pajak apakah izinnya berupa izin tetap atau terbatas. Izin tetap diberikan untuk jangka waktu tak terbatas, sedangkan izin terbatas diberikan untuk jangka waktu 1 (satu) tahun. Gubernur Kepala Daerah atau pejabat yang ditunjuknya berwenang menetapkan, bahwa reklame yang akan diselenggarakan itu harus disertai dengan keterangan-keterangan secukupnya dan gambar reklame itu diperlihatkan kepad pejabat yang ditunjuk.

Permohonan izin penyelenggaraan reklame kepada pejabat yang berwenang harus mengikuti ketentuan sebagai berikut:

1. Untuk Dinas Pendapatan Daerah
 - a. Penyelenggaraan reklame megatron, videotron, dan LED

- b. Penyelenggaraan reklame papan di dalam dan di luar prasarana dan sarana kota dengan ukuran di atas 24 m²
 - c. Penyelenggaraan reklame pada kendaraan angkutan umum
 - d. Penyelenggaraan reklame di atas bangunan yang menggunakan konstruksi
2. Untuk Suku Dinas Pendapatan Daerah
- a. Penyelenggaraan reklame papan di dalam dan di luar prasarana dan sarana kota dengan ukuran di atas 6 m² - 24 m²
 - b. Penyelenggaraan reklame udara
 - c. Penyelenggaraan reklame kendaraan bukan angkutan umum
3. Untuk Seksi Pendapatan Daerah Kecamatan
- a. Penyelenggaraan reklame papan di dalam dan di luar prasarana dan sarana kota dengan ukuran sampai dengan 6 m²
 - b. Penyelenggaraan reklame megatron, videotron, dan LED, papan reklame udara dan penyelenggaraan reklame pada kendaraan angkutan umum atau bukan angkutan

E. Pencabutan Izin

Izin pencabutan reklame dapat dicabut bila:

1. Reklame tersebut menurut pertimbangan Gubernur Kepala Daerah tidak sesuai dengan syarat-syarat keindahan, kesopanan, ketertiban, umum, keamanan, kesusilaan, keagamaan dan kesehatan

2. Jika permohonan tidak memenuhi ketentuan sebagaimana telah ditetapkan, yaitu terdapat perubahan sehingga tidak sesuai lagi dengan yang diizinkan
3. Penyelenggara reklame tidak melakukan kewajiban seperti menempelkan penning, memelihara benda-benda dan alat-alat yang digunakan untuk reklame, membongkar reklame beserta bangunan konstruksi setelah berakhirnya izin atau izin dicabut dan menanggung segala akibat yang disebabkan penyelenggaraan reklame itu menimbulkan kerugian pada pihak lain.

F. Objek, Subjek, dan Wajib Pajak

Objek Pajak Reklame ialah semua penyelenggara reklame.

Subjek Pajak Reklame ialah penyelenggara Pajak Reklame menurut jenisnya. Subjek Pajak Reklame merupakan orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame.

Wajib Pajak Reklame ialah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.

G. Tarif Pajak dan Dasar Pengenaan Pajak

Dasar pengenaan pajak adalah nilai sewa reklame. Nilai sewa reklame dihitung berdasarkan :

1. Besarnya biaya pemasangan reklame
2. Besarnya biaya pemeliharaan reklame
3. Lama pemasangan reklame
4. Nilai strategis lokasi
5. Jenis reklame

Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan nilai kontrak reklame. Namun, dalam hal reklame diselenggarakan sendiri, nilai sewa reklame dihitung dengan memerhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media reklame. Dalam hal nilai sewa reklame tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, nilai sewa reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor sebagaimana dimaksud diatas. Cara perhitungan nilai sewa reklame ditetapkan berdasarkan peraturan daerah. Hasil perhitungan nilai sewa reklame sebagaimana ditetapkan dengan Peraturan Kepala Daerah.

Apabila reklame diselenggarakan oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, maka nilai sewa reklame dihitung berdasarkan seperti ketentuan diatas. Tetapi bila diselenggarakan oleh pihak ketiga, maka nilai sewa reklame didasarkan jumlah pembayaran untuk satu masa pajak/masa penyelenggaraan reklame dengan memerhatikan biaya pemasangan, pemeliharaan, lamanya pemasangan, nilai strategis, lokasi dan jenis reklame.

Tarif pajak ditentukan setinggi-tingginya 25%

Peraturan di Jakarta nilai sewa ditetapkan berdasarkan ketentuan

1. Untuk jenis reklame papan/billboard dengan ukuran luas sampai 24M² ditetapkan sesuai dengan nilai sewa reklame pada tabel nilai sewa reklame dan nilai strategis pemasangan reklame.
2. Untuk jenis megatron dan sejenisnya dengan ukuran luas sampai 24M² ditetapkan dari penjumlahan besarnya nilai strategis dengan biaya pemasangan dan pemeliharaan reklame. Besarnya biaya pemasangan dan pemeliharaan reklame ditetapkan 1/3 (sepertiga) dari total biaya pembuatan reklame yang tercantum dalam Rencana Anggaran Biaya (RAB) yang disampaikan pemohon untuk dijadikan dasar perhitungan retribusi IMB bangunan reklame.

H. Perhitungan Pajak Reklame

Untuk penghitungan reklame, maka perlu diperhatikan ketentuan yakni sebagai berikut :

1. terhadap penyelenggaraan reklame papan/billboard dengan ukuran luas sampai 24M², maka besarnya nilai sewa reklame (NSR) per M²/tahun ditetapkan sebagaimana tercantum dalam kolom 3 lampiran keputusan gubernur.
2. terhadap penyelenggaraan reklame megatron, videotron, large elektronik, display, papan/billboard dengan ukuran luas sampai 24M², maka besarnya nilai sewa reklame (NSR) per M²/tahun diperoleh dengan cara menjumlahkan

perkalian dari luas reklame yang dimohon dengan nilai strategis pemasangan reklame (NSPR) yang tercantum pada kolom 4 lampiran keputusan gubernur ditambah dengan 1/3 rencana anggaran biaya (RAB yang dipakai sebagai perhitungan retribusi IMB BBR dan RAB dihitung oleh pemegang SIBP dan dinilai oleh dinas pengawas pembangunan kota).

3. Tambahan pajak karena ketinggian melebihi batas normal 15M ditetapkan sebagai berikut :
 - a) 0-15M = 0%
 - b) <15-30M = 20%
 - c) <30-45M = 40%
 - d) <45-60M = 60%
4. Tambahan pajak, karena reklame alcohol dan rokok ditetapkan masing-masing 20%
5. Adapun proses permohonan penyelenggaraan reklame/billboard ialah sebagai berikut :
 - a. Dinas Pendapatan Daerah : untuk jumlah luas seluruh bidang muka reklame diatas $24M^2$
 - b. Suku Dinas Pendapatan Daerah : untuk jumlah luas seluruh bidang muka reklame di atas $6M^2-24M^2$.
 - c. Seksi Pendapatan Daerah Kecamatan : untuk jumlah luas seluruh bidang muka reklame sampai $6M^2$.

2.6 Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 tahun 2017

Perubahan status Kota Batam dari Kota Administratif menjadi Kota definitif berdasarkan Undang-Undang Nomor 53 Tahun 1999 tentang Pembentukan Kabupaten Pelalawan, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak, Kabupaten Karimun, Kabupaten Natuna, Kabupaten Kuantan Singingi dan Kota Batam mengakibatkan konsekuensi yang luas terhadap pengaturan dan pengurusan perkembangan Kota Batam. Oleh karena itu seiring dengan semangat otonomi berdasarkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, maka Pemerintah Kota Batam memiliki kewenangan untuk mengatur dirinya, termasuk dalam mengatur tata cara pemberian dan pemanfaatan insentif pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah dalam rangka pengelolaan keuangan daerah. Dalam mengelola keuangan daerah perlu dibentuk aturan-aturan yang sesuai dengan nilai-nilai dan norma-norma sosial disamping memperhatikan aspek-aspek dinamika sosial budaya yang berkembang sesuai dengan kemajuan zaman.

2.7 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ricky M. Tilaar yang berjudul Analisis Hubungan Pajak Reklame Terhadap Pad Dan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa Selatan yang dimuat pada Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 446-454 ISSN 2303-1174. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode

penelitian kuantitatif. Dari hasil yang di peroleh yaitu . Dalam perkembangan PAD, pajak reklame selama 5 tahun terakhir kecenderungan mengalami penurunan dari tahun ke tahun selama tahun 2007-2011 dimana pada tahun 2007 jumlah pajak reklame yang diterima oleh Kabupaten Minahasa Selatan sebanyak Rp. 52,356,875 dan tahun 2008 sebesar Rp. 108,654,875 atau menurun sebesar 16,50%. Begitu juga dengan tahun 2009-2011 mengalami penurunan. Hubungan Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah dapat dikatakan sebuah hubungan tidak langsung karena Pajak Reklame merupakan bagian langsung dari Pajak Daerah Sugianto (2008 : 45).

2. Penelitian yang dilakukan oleh I Made Budi Kusuma Arsana A.B, yang berjudul Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Pajak Reklame Serta Prospeknya Di Kabupaten Badung yang dimuat pada E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol. 2, No. 4, April 2013. Pada Penelitian ini penulis menggunakan metode observasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa Rata – rata efektivitas penerimaan pajak reklame di Kabupaten Badung adalah sebesar 110,10 persen. Secara rata– rata penerimaan pajak reklame di atas 100 persen, dengan kriteria sangat efektif. Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Badung No.4 Tahun 2006 pasal 12, dasar pengenaan pajak reklame adalah : nilai sewa reklame. Nilai sewa reklame diperhitungkan dengan memeperhatikan lokasi penempatan, jenis, jangka waktu penyelenggaraan, dan ukuran media reklame. Menurut pasal 13, tarif pajak yang ditetapkan sebesar 25 persen dari nilai sewa reklame.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rezlyanti Kobandaha dan Heince R. N. Wokas, yang berjudul Analisis Efektivitas, Kontribusi Dan Potensi Pajak Reklame Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu. Yang dimuat pada Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 1461-1472 ISSN 2303-1174. Pada penelitian ini penulis menggunakan Teknik penelitian lapangan (field research). Dari hasil penelitian yang diperoleh yaitu Penerimaan Pajak Reklame Kota Kotamobagu tahun anggaran 2012-2015 dinilai sangat efektif. Sedangkan Pajak Hotel pada tahun 2012-2014 dinilai efektif, kemudian tidak efektif pada tahun 2015. Marihot Siahaan (2013:383) menyebutkan, Pemungutan Pajak Reklame di Indonesia saat ini didasarkan pada dasar hukum yang jelas dan kuat sehingga harus dipatuhi oleh masyarakat dan pihak yang terkait.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Aris Triyono yang berjudul Analisis Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Hiburan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Indragiri Hulu yang dimuat pada Jurnal Manajemen dan Bisnis p-ISSN 2302-4313 Volume VII, No. 03, September 2018 (Halaman 1-93) e-ISSN 2621-4199. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan kepustakaan. Dari hasil penelitian yang diperoleh yaitu Kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Indragiri Hulu sangat kurang selama 5 tahun, dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 kontribusinya hanya sebesar 3,15 % dengan rata-rata kontribusi 0,63%. Jadi jika Semakin besar persentase kontribusi Pajak Reklame dan pajak hiburan

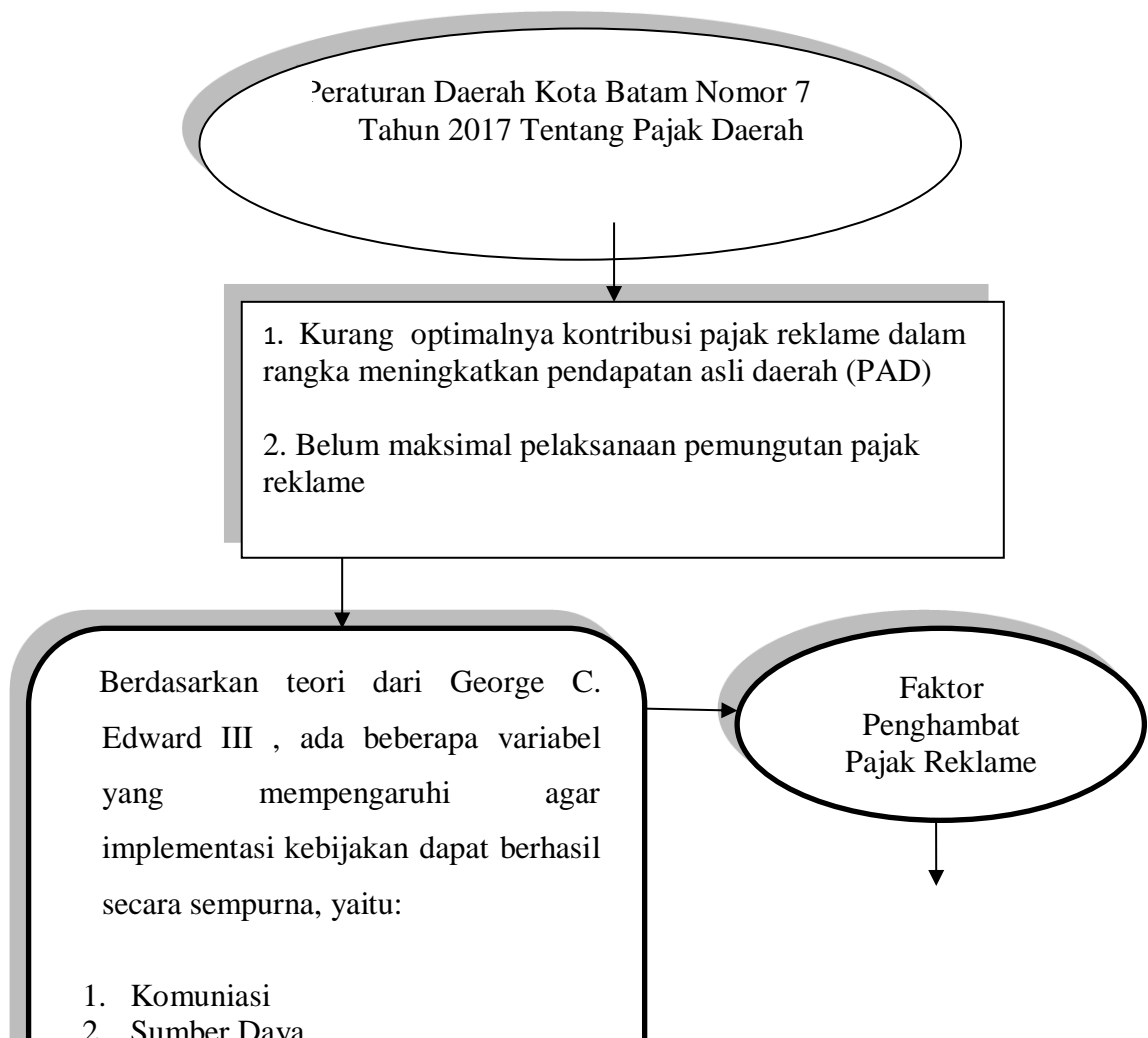
terhadap pendapatan daerah, maka semakin besar kontribusi Pajak Reklame dan pajak hiburan terhadap Pendapatan daerah Sadono Sukirno (2011:9).

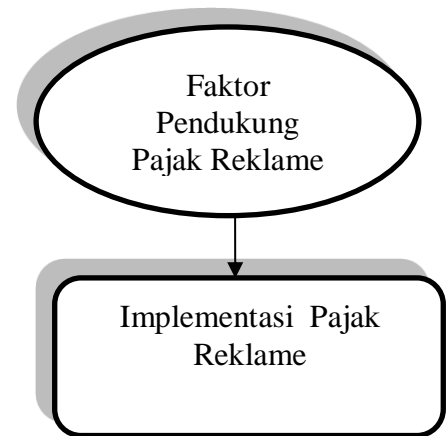
5. Penelitian yang dilakukan oleh Tirza Aditya dan Chairil Anwar Pohan yang berjudul Analisis Pelaksanaan Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Reklame Pada Unit Pelayanan Pajak Dan Retribusi Daerah Cempaka Putih Tahun 2014-2016 yang dimuat pada Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani Volume 5, No. 1, Maret 2018 ISSN 2355-309X. pada penelitian ini penulis menggunakan tipe deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang diperoleh yaitu dalam pelaksanaan strategi peningkatan penerimaan pajak reklame di UPPRD Cempaka Putih Jakarta Pusat belum dilakukan secara optimal karena masih banyaknya wajib pajak yang belum daftar ulang, kurangnya perluasan wajib pajak baru, sumber daya manusianya belum efektif, kurangnya wajib yang belum melakukan kewajibannya, belum sepenuhnya sanksi diterapkan seperti sanksi pidana. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, disarankan, dan atau dinikmati oleh umum Siahaan (2013:381).
6. Penelitian yang dilakukan (sukirno, 2018) Volume 4, Nomor 3 ISSN: 2442-3777. Dengan judul “ Implementasi Peraturan Daerah Nomor 46 Tahun 2016

Tentang Pajak Restoran Oleh Badan Pengelola Keuangan Daerah Kabupaten Pangandaran” Salah satu aspek penunjang dalam keberhasilan pencapaian tujuan pembangunan nasional selain dari aspek sumber daya manusia, sumber daya alam, dan sumber daya lainnya adalah ketersediaan dana pembangunan baik yang diperoleh dari sumber-sumber pajak maupun non pajak. Penghasilan dari sumber pajak meliputi berbagai sektor perpajakan antara lain diperoleh dari pajak restoran. Pajak dipungut oleh negara baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah berdasarkan atas undang-undang serta aturan pelaksanaannya. Pemungutan pajak diperuntukkan bagi keperluan pembiayaan umum pemerintah dalam rangka menjalankan fungsi pemerintahan, baik rutin maupun pembangunan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh (Hardianto, Bagus, & Leonila, 2013) Vol. 2, No. 2, ISSN 2442-6962 . Dengan judul “Implementasi Kebijakan Pajak Hiburan Taman Rekreasi Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah” otonomi Daerah memberikan keluasaan kepada Pemerintah Daerah dalam mengurus urusan rumah tangganya sendiri secara demokratis dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2004. Retribusi Daerah merupakan sumber pendapatan daerah yang penting guna membiayai penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah. Pemerintah Kota Malang melalui aparat pelaksanaan dan pengawasan Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang berusaha mengali dan membina sumber-sumber pendapatan asli daerahnya. Antara lain dengan menetapkan peraturan daerah tentang pajak hiburan taman rekreasi.

2.8 Kerangka Pemikiran





Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian ini lebih mengarah kepada mendeskripsikan dan menganalisis suatu persoalan atau masalah. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa yang saat ini terjadi dan untuk memperoleh informasi informasi mengenai keadaan yang ada. Sebagaimana yang dimaksud penelitian kualitatif (Sugiono, 2016:9) adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari para generalisasi. Dalam (Sugiyono 2010:19) berikut proses penelitian kualitatif:

1. Tahap orientasi atau deskripsi, dengan *grand tour question*. Pada tahap ini peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan dan ditanyakan.
2. Tahap reduksi/fokus. Pada tahap reduksi ini peneliti menyortir data dengan cara memilih mana data yang menarik, penting, berguna dan baru, data yang dirasa tidak pakai akan disingkirkan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka data-data tersebut selanjutnya dikelompok menjaddi berbagai kategori yang ditetapkan sebagai fokus penelitian.

3. Tahap *selection*. Pada tahap ini peneliti menguraikan focus yang telah ditetapkan menjadi lebih rinci.

3.2 Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah :

Implementasi Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pajak Daerah. Indikator yang digunakan adalah :

1. Komunikasi, proses penyampaian informasi kebijakan dari pembuat kebijakan (*policy maker*) kepada pelaksana kebijakan (*policy implementors*).
2. Sumber daya, variabel penting yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan pelaksanaan kebijakan.
3. Disposisi meliputi kemauan, keinginan dan kecenderungan para pelaku kebijakan untuk melaksanakan kebijakan secara sungguh-sungguh sehingga apa yang menjadi tujuan kebijakan dapat tercapai.
4. Struktur Birokrasi. Birokrasi menjadi salah satu organisasi yang paling sering menjadi pelaksana kebijakan.

3.3 Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu primer dan sekunder.

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang

memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Informan yang dipilih dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana pemilihan dilakukan dengan sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Berikut kriteria informan yang dapat dijadikan narasumber dalam penelitian ini :

- a. Informan benar-benar mengetahui permasalahan, dan terlibat langsung dengan kegiatan yang menjadi sasaran penelitian ini serta biasanya ditandai oleh kemampuan penyampaian informasi secara spontan ketika menjawab pertanyaan.
- b. Informan masih berperan aktif dalam lingkungan kegiatan yang menjadi sasaran penelitian. Informan memiliki cukup banyak waktu, integritas dan kesempatan untuk dimintai informasi.
- c. Informan dapat memberikan informasi dengan jujur, tidak cenderung mengolah terlebih dahulu serta relatif masih lugu saat memberikan informasi.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder yang diperoleh dapat berupa dokumen (arsip), yaitu buku, jurnal, peraturan perundang-undangan dan sumber arsip lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, proses pengumpulan data bergerak dari data empiris dalam rangka membangun teori. Proses pengumpulan data ini

dijelaskan Nasution (Sugiyono, 2016:222) meliputi tahap-tahap sebagai berikut

:

- a. Memasuki lokasi penelitian (*getting in*)
- b. Berada dilokasi penelitian (*getting along*)
- c. Pengumpulan data (*logging data*).

3.4 Teknik Pengumplan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan (*participan observation*), wawancara mendalam (*in depth interview* dan dokumentasi) (Sugiono, 2016:224-225).

Dalam penelitian ini, sesuai dengan jenis penelitian yang dipakai teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut (Gunawan, 2013:141):

- a. Observasi, istilah observasi diarahkan pada kegiatan memerhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut. Peneliti langsung turun kelapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu dilokasi penelitian. Dimana peneliti langsung datang ke kantor Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah

b. Wawancara mendalam, merupakan teknik dimana peneliti dan informan bertatap muka langsung didalam wawancara yang dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti mengadakan wawancara langsung maupun melalui telepon dengan informann dari kepala bidang pajak Reklame dan masyarakat, maupun dari pihak luar terkait dengan penelitian ini. Tujuan dari wawancara ini adalah unntuk mendapatkan jawaban ats pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pegawai yang ada di Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah serta masyarakat. Berikut adalah daftar informan yang berpartisipasi dalam wawancara yang penulis lakukan, sebagai berikut

Tabel 3. 1 Daftar Informan Wawancara

NO	NAMA	JABATAN
1	Ibu Sandra Mepa, SE	Sub Bidang Evaluasi Pajak & Retribusi
2	Bapak Aditya, S.Ip, Mm	Sekretaris Badan Penerimaan Pajak Retribusi Daerah (BPPRD)
3	Bapak Rizqi Bara, S. Kom	Sub Bidang Sistem Informasi Pajak &Retribusi
4	Bapak Hendri Rahman	Ketua Asosiasi Perusahaan PerilananBatam (APPB)
5	Nurul Azmi	Pengusaha Periklanan
6	Riski Saputra	Pengusaha Periklanan

(Sumber: Hasil Observasi penelitian 2020)

- c. Dokumentasi, adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen sebagai sumber data. Dokumen ini berupa sumber data peneliti seperti dalam bentuk tulisan, gambar atau foto tujuannya agar hasil penelitian ini bisa dikatakan lebih akurat.

3.5.Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini digunakan analisi data kualitatif menggunakan konsep Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2016:246) yang dikenal dengan model interaktif. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis

data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah penuh. Analisis data dilakukan dengan tahap:

- a. Reduksi data. Data yang diperoleh dilokasi penelitian atau daa lapangan dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama penelitian kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak. Untuk perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.
- b. Penyajian data, dengan penyajian data ini, data yang dikumpulkan jad terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga dapat lebih mudah dipahami.
- c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi, yaitu melakukan verifikasi data secara terus-menerus sepanjang penelitian berlangsung didukung dengan bukti-bukti yang valid.

3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, untuk menjamin derajat kepercayaan atau keberadaan, maka penelitian memakai uji keabsahan data sebagai berikut (Sugiono, 2016:270):

1. Uji kredibilitas, kepercayaan terhadap data hasil penelitian antara lain dilakukan dengan :

- a. Perpanjangan pengamatan berarti penelitian kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru.
 - b. Mengingat ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut kepastian data dan uraian peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.
 - c. Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.
 - d. Mengadakan membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan membercheck adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.
2. Uji *Transferability*, dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat di percaya.
 3. Uji *Dependability*, melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.
 4. Uji *Konfirmability*, hasil penelitian telah disepakati banyak orang. Dalam penelitian kualitatif uji konfirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan.

3.7 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi tempat penelitian adalah di Jln. Raja Isa No. 17 Gedung Dinas Bersama Pemko Batam Lt.III Batam Centre Kota Batam dan area Kota Batam.

3.7.2 Jadwal penelitian

Jadwal pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Oktober 2019 sampai dengan Februari 2020.

Tabel 3. 2 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan				
		Oktober 2019	November 2019	Desember 2019	Januari 2020	Februari 2020
1.	Studi Pustaka	■				
2.	Penyusunan Skripsi		■			
3.	Pengumpulan Data		■			
4.	Pengolahan Data			■		
5.	Analisa Hasil Penelitian				■	
6.	Penyusunan Laporan				■	
7.	Penyerahan Laporan					■