BAB III

IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH NOMOR 5 TAHUN 2002 TENTANG PAJAK REKLAME DI KABUPATEN SLEMAN PERIODE 2003-2005

A. Latar Belakang Kebijakan Pajak Reklame di Kabupaten Sleman

Menurut Staf Sub Bagian Peraturan perundang-undangan Hukum di bawah Asisten Sekretaris Daerah Bidang Pemerintahan Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman, dikatakan bahwa:

> "Permasalahan apa yang melatarbelakangi kebijakan Perda No 5 Thn 2002 tentang pajak Reklame di Kabupaten Sleman adalah seiring dengan pergeseran struktur perekonomian di Kabupaten Sleman ke arah sektor tersier, kegiatan perekonomian di bidang perdagangan dan jasa menunjukkan perkembangan yang dinamis, sehingga Perda No 10 Thn 1998 tidak mampu lagi merangkum dinamika tersebut, dianggap perlu untuk menyempurnakannya agar dapat merangkum dinamika perkembangan tersebut, dianggap perlu untuk meyempurnakannya agar dapat merangkum dinamika perkembangan tersebut.[1]"

Secara yuridis formal, Perda No. 5 Thn 2002 tentang pajak reklame, pada dasarnya adalah penyempurnaan dari Perda No. 10 Thn 1998 yang meliputi Ayat 2 dari Pasal 3, dan penjelasan Ayat 1 serta Ayat 2 dari Pasal 3. pasal 3 ayat 2 pada perda No. 10 Thn 1998 berisi bahwa penyelenggaraan reklame meliputi reklame papan/ Billboard/Megatron, reklame Kain, reklame Selebaran, reklame Berjalan termasuk pada kendaraan, reklame udara, reklame suara dan reklame Film/ *slide* serta reklame Peragaan maupun reklame dengan Cahaya. Pasal 1 ayat a pada perda No. 5 Thn 2002 isi tersebut

---

[1] *Hasil wawancara dengan Bapak Suparno, Staf Sub Bagian peraturan perundang-undangan*

diubah menjadi bahwa penyelenggaraan reklame meliputi reklame Billboard, reklame Kain dan sejenisnya, Reklame neonbox, reklame Selebaran, reklame berjalan, reklame udara, reklame suara, reklame Film/ Slide, reklame peragaan, reklame dengan cahaya dan reklame Tine Plate serta reklame baliho maupun reklame Shopsighn. Sedangkan penjelasan Ayat 1 serta ayat 2 pada perda No. 5 thn 2002 berisi tentang definisi masing-masing reklame tersebut di atas. Pasal-pasal selebihnya dari Perda No. 10 Thn 1998 dan Perda No. 5 Tahun 2002 adalah sama.

Latar Belakang perubahan ini, sebagaimana disebutkan pada bagian konsideran Perda No. 5 Thn 2002 adalah bahwa dengan adanya perkembangan jenis-jenis reklame yang dipergunakan untuk memasarkan dan atau memperkenalkan produk barang atau jasa perlu untuk menyesuaikan jenis-jenis reklame yang menjadi obyek pajak. Secara umum latar belakang Perda No. 54 Thn 2002 disebutkan dalam konsederan tersebut bahwa dengan ditetapkannya UU RI No. 18 thn 1997 tentang pajak Daerah dan Retribusi daerah maka Pajak Reklame merupakan jenis pajak yang diserahkan kepada Daerah Kabupaten/ Kota. Untuk itu agar pelaksanaan UU RI tersebut di Kabupaten Sleman dapat lebih berdaya guna dan berhasil guna serta memberikan kepastian hukum bagi masyarakat maka Perda No. 10 Thn 1976 perlu dihapus dan diganti. Untuk melaksanakan maksud tersebut maka dibentuklah Perda No. 10 Thn 1998 yang disempurnakan dengan Perda No. 5

B. Indikator dari Implementasi Kebijakan

1. Konsepsi dan isi Perda

Secara struktural perda No. 20 bab 42 pasal dan 73 ayat, dengan rincian konsepsi dan isinya secara garis besar, adalah sebagai berikut:

a. Nama, obyek dan subyek pajak

Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame, tidak menyebutkan konsepsi mengenai reklame. Namun, menurut Point a Pasal 1 Bab 1 Perda No. 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame, yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu baran, jasa atau orang yang ditempelkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum.

Menurut Pasal 2 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame yang dimaksud dengan pajak reklame adalah pajak yang dipungut atas setiap penyelenggaraan reklame. Hal ini berarti, menurut Pasal 3 perdas No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame, obyek pajak adalah semua jenis penyelenggaraan reklame.

Adapun jenis-jenis penyelenggaraan reklame adalah terdiri dari:

1) Reklame billboard : Reklame yang terbuat dari papan/ kayu/ besi/ seng/ bahan lain yang dipasang dengan tiang

2) Reklame megatron : Reklame yang terbuat dari papan/ kayu/ besi/ seng/ bahan lain yang dipasang dengan tiang dan ditambah peralatan mekanik elektronik.

3) Reklame kain dan sejenisnya : Reklame yang terbuat dari kain atau bahan yang dipersamakan dengan kain, yang terdiri dari Spanduk, Banner dan Umbul-umbul serta Rontek.

4) Reklame Neon box : Reklame yang terbuat dari box yang bersinar ditempatkan di ruang luar (ruang terbuka) atau di dalam ruangan.

5) Reklame selebaran : Reklame yang terbuat dari kertas, plastik atau bahan yang sejenis/ dipersamakan dalam bentuk selebaran.

6) Reklame berjalan : Reklame yang ditulis atau ditempatkan (dipasang) pada kendaraan.

7) Reklame udara : Reklame yang melayang di udara dengan bentuknya adalah balon.

8) Reklame suara : Reklame dengan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan oleh alat perantara.

9) Reklame film/ slide : Reklame yang menggunakan klise berupa kaca film atau bahan-bahan lain yang diproyeksikan pada layar putih atau benda lain.

10) Reklame peragaan : Reklame dalam bentuk peragaan atau demonstrasi dari suatu hasil produksi barang yang diadakan khusus untuk tujuan promosi.

11) Reklame dengan cahaya : Reklame yang berbentuk tulisan dan atau gambar, yang terdiri dari atau dibentuk dari cahaya pijar atau alat lain yang bersinar.

12) Reklame *tine plate* : Reklame yang terbuat dari plat/ seng atau bahan yang dipersamakan dipasang dengan tiang ataupun menempel dalam bentuk yang sederhana.

13) Reklame baliho : Reklame yang terbuat dari papan atau triplek atau bahan yang dipersamakan.

14) Reklame shopsigh : Reklame yang terbuat dari kayu/ seng/ besi atau bahan lain yang dipersamakan yang menempel/ melekat pada bidang bangunan.

Pasal 4 Perda No. 5 thn 2002 tentang Pajak Reklame, mengecualikan bahwa penyelenggaraan reklame oleh Pemerintah Pusat dan Daerah, penyelenggaraan reklame oleh Pemerintah Pusat dan Daerah, penyelenggaraan reklame melalui televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan dan sejenisnya serta penyelenggaraan reklame untuk kepentingan social keagamaan, tidak dikenakan pajak menurut Perda ini.

Sedangkan yang dimaksud dengan subyek pajak reklame menurut Pasal 5 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame. Oleh karena itu, subyek pajak tersebut dikenakan wajib pajak.

b. Dasar pengenaan, tarif pajak dan cara perhitungan

Dasar pengenaan pajak adalah nilai sewa reklame ayat 1 Pasal 6 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak reklame yang dihitung berdasarkan pemasangan, lama pemasangan, nilai strategis, lokasi dan jenis reklame, sebagaimana disebutkan pada Ayat 2 Pasal 6 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak reklame. Cara dan hasil perhitungan pajak

reklame ditetapkan dengan Keputusan Kepala Daerah dengan tarif 25% (Pasal 7 dan 8 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

c. Wilayah pemungutan, masa pajak dan pajak terutang

Wilayah pemungutan pajak reklame berada di Kabupaten Sleman, dengan masa pajak lamanya adalah jangka waktu tertentu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Oleh karena itu, pajak terutang terjadi dalam masa saat penyelenggaraan reklame (Pasal 9, 10 dan 11 Perda no. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

d. Surat Pemberitahuan pajak daerah

Setiap wajib pajak yang menyelenggarakan reklame harus mengisi SPTPD dengan jelas, benar dan lengkap serta ditandatangani oleh yang bersangkutan atau kuasanya. Bentuk, isi dan cara pengisian SPTPD ditetapkan oleh Kepala daerah. SPTPD disampaikan kepada Kepala Daerah selambat-lambatnya 15 hari setelah berakhirnya masa pajak. (Pasal 12 Perda no. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

e. Tata cara perhitungan dan penetapan pajak

Berdasarkan SPTPD, Kepala Daerah menetapkan pajak terutang dengan menerbitkan SKPD. Apabila SKPD tidak atau kurang dibayar setelah lewat waktu paling lama 30 hari sejak SKPD diterima

wajib pajak, dikenakan sangsi administrasi berupa bunga sebesar 2% sebulan dan ditagih dengan menerbitkan STPD. Dalam jangka waktu 5 tahun sesudah saat terutangnya pajak, kepala daerah dapat menerbitkan SKPDKB, SKDKBT dan SKPDN (pasal 13 dan 14 ayat 1 dan 2 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

SKPDKB diterbitkan apabila hasil pemeriksaan atau keterangan lain pajak yang terutang tidak atau kurang dibayar, dikenakan sangsi administrasi berupa bunga 2% sebulan dari pajak yang kurang atau terlambat dibayar untuk jangka waktu paling lama 24 bulan sejak saat terutangnya pajak. (Ayat 3 pasal 14 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

SKPDKBT diterbitkan apabila ditemukan data baru atau data yang semula belum terungkap yang menyebabkan penambahan jumlah pajak yang terutang, dikenakan sangsi administrasi berupa bunga 2% sebulan dari pajak yang kurang atau terlambat dibayar untuk jangka waktu paling lama 24 bulan sejak saat terutangnya pajak (Ayat 3 Pasal 14 Perda No. 5 Tahun 2002 tentang Pajak Reklame).

SKPDN diterbitkan apabila jumlah pajak yang terutang sama besarnya dengan jumlah kredit pajak atau pajak tidak terutang dan tidak ada kredit pajak (Ayat 5 pasal 14 Perda No. 5 Thn 2002 tentang

f. Tata cara pembayaran

Pembayaran pajak dilakukan di Kas Daerah atau tempat lain yang ditunjuk kepala Daerah sesuai dengan waktu yang ditentukan dalam SKPTD, SKPD, SKPDKB dan SKPDKBT serta SKPD, dimana pemayaran pajak tersebut dilakukan dengan menggunakan SSPD. Pembayaran pajak harus dilakukan sekaligus atau lunas, namun Kepala Daerah dapat memberi persetujuan untuk mengangsur pajak yang dikenakan bunga sebesar 2% sebulan (Pasal 15, 16 dan 17 Perda No. 5 Tahun 2002 tentang Pajak Reklame).

g. Tata cara penagihan pajak

Penagihan pajak dilakukan melalui surat teguran atau surat peringatan atau surat lain yang sejenis yang dikeluarkan oleh Pejabat, setelah 7 hari sejak jatuh tempo pembayaran. Apabila dengan keluarnya surat tersebut masih belum membayar kewajiban pajaknya, maka penagihan dilakukan dengan Surat Paksa yang diterbitkan oleh Pejabat. Jika dalam waktu 2 x 24 jam sejak diterimanya Surat Paksa oleh wajib pajak, maka Pejabat akan menerbitkan Surat perintah Melaksanakan Penyitaan (pasal 18, 19 dan 20 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

Setelah dilakukan penyitaan dan wajib pajak belum melunasi pajaknya setelah lewat 10 hari tanggal diterbitkannya Surat Perintah Melaksanakan Penyitaan, maka Pejabat mengajukan permintaan

penetapan tanggal pelelangan kepada Kantor Lelang Negara. Setelah kantor Lelang Negara menetapkan hari, tanggal, jam dan tempat pelaksanaan lelang, maka Juru Sita memberitahukan dengan segera secara tertulis kepada wajib pajak yang bersangkutan (Pasal 21, 22 dan 23 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

h. Keberatan, banding, pengurangan, keringanan dan pembebasan

Wajib pajak dapat mengajukan keberatan hanya kepada Kepala Daerah atau pejabat atau suatu SKPD, SKDKB, SKPDKBT dan SKPDL serta SKPDN yang harus disampaikan 3 bulan sejak diterbitkannya surat-surat tersebut. Kepala Daerah atau pejabat dalam jangka waktu paling lama 12 bulan sejak tanggal permohonan keberatan diterima, sudah harus memberikan keputusan. Apabila lebih dari waktu tersebut, maka permohonan keberatan dianggap dikabulkan (Pasal 24 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

Wajib pajak juga dapat mengajukan banding kepada Badan Penyelesaian Sengketa Pajak terhadap keputusan mengenai keberatan yang ditetapkan oleh Kepala Daerah yang dilakukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia dengan alasan yang jelas dalam jangka waktu 3 bulan sejak keputusan diterima dan dilampiri surat keputusan tersebut. Apabila dikabulkan kelebihan pembayaran pajak dikembalikan dengan ditambah bunga 2% sebulan paling lama 24 bulan. (Pasal 25 dan 26 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

Berdasarkan pasal 27 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame, Kepala Daerah berdasarkan permohonan wajib pajak dapat memebrikan pengurangan, keringanan dan pembebasan pajak dengan tata caranya ditetapkan oleh Kepala Daerah.

i. Tata cara pembetulan, pembatalan, pengurangan dan penghapusan

Kepala daerah karena jabatan atau atas permohonan wajib pajak dapat membetulkan, membatalkan, mengurangi dan penghapusan suatu SKPD, SKPDKB, SKPDKBT dan SKPDLB serta SKPDN yang disampaikan 30 hari sejak diterbitkannya surat-surat tersebut. Kepala daerah atau pejabat dalam jangka waktu paling lama 3 bulan sejak tanggal permohonan diterima, sudah harus memberikan keputusan. Apabila lebih dari waktu tersebut, maka permohonan dianggap dikabulkan (Pasal 28 Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame).

j. Tata cara pengembalian kelebihan pembayaran pajak dan kadaluwarsa

Wajib pajak dapat mengajukan permohonan pengembalian kelebihan pembayaran pajak kepada Kepala Daerah atau pejabat secara tertulis. Kepala Daerah atau Pejabat dalam jangka waktu paling lama 12 bulan sejak tanggal permohonan diterima, sudah harus memberikan

keputusan. Apabila lebih dari waktu tersebut, maka dianggap dikabulkan Hak untuk melakukan penagihan pajak, kadaluwarsa setelah melampaui jangka waktu 5 tahun sejak terutangnya pajak (Pasal 29, 30 dan 31 Perda No. 5 thn 2002 tentang pajak reklame).

k. Ketentuan pidana

Pasal 35 dan 36 Perda No. 5 Tahun 2002 tentang Pajak reklame, menyebutkan bahwa wajib pajak yang karena kealpaannya tidak menyampaikan SPTPD atau mengisi dengan tidak benar atau tidak lengkap atau melampirkan keterangan yang tidak benar sehingga merugikan keuangan daerah dapat dipidana kurungan paling lama 1 tahun atau denda paling banyak 2 kali jumlah pajak yang terutang. Wajib pajak yang dengan sengaja tidak menyampaikan SPTPD atau mengisi dengan tidak benar atau tidak lengkap atau melampirkan keterangan yang tidak benar sehingga merugikan keuangan daerah dapat dipidana kurungan paling lama 2 tahun atau denda paling banyak 4 kali jumlah Pajak terutang.

Pasal 36 dan 37 Perda No. 5 thn 2002 tentang Pajak Reklame, menyebutkan bahwa pejabat yang karena kealpaannya tidak memenuhi kewajibannya dapat dipidana kurungan paling lama 6 bulan atau denda paling banyak Rp. 2.000.000,- Pejabat yang karena dengan sengaja tidak memenuhi kewajibannya dapat dipidana kurungan paling lama 1 tahun atau denda paling banyak Rp. 5.000.000

2. Hasil Implementasinya

Menurut Staf Sub bagian peraturan perundang-undangan Bagian Hukum di bawah Asisten Sekretaris Daerah Bidang Pemerintahan Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman, dikatakan bahwa:

> "Ternyata keputusan Pemerintah daerah bersama DPRD Kabupaten Sleman untuk menyempurnakan Perda No. 10 Thn 1998 dengan Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame di Kabupaten Sleman adalah keputusan yang sangat tepat, karena terbukti pendapatan Kabupaten Sleman dari sector pajak reklame mengalami peningkatan yang sangat berarti[2]."

Untuk mengetahui hasil implementasi Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame dari Tahun 2003 smpai dengan 2005 secara faktual, dapat dilihat pada prosentase tingkat kenaikan yang diperoleh dari pajak reklame, sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Sleman
Tahun 2001-2005

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	%(+/-)	%Thn Sblm
2001	-	13.676.414	-	-
2002	13.700.000	12.165.073	-12,62	-88,95%
2003	12.150.000	20.775.430	170,99	70,78%
2004	25.000.000	101.715.243	406,86	389,59%
2005	78.000.000	205.045.050	262,88	101,59%

Sumber: Dinas pendapatan Daerah Kabupaten Sleman, 2006

Tabel 3.1, di atas memperlihatkan bahwa sebelum diimplementasikannya Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame, pendapatan Kabupaten Sleman dari pajak reklame mengalami penurunan dari tahun 2002 sebesar – 12,62% dari target. Namun sejak

[2] *Hasil Wawancara*, dengan bapak Sunaryo, Staf Sub Bagian peraturan perundang-undangan Bagian hukum Sekretariat Daerah Kabupaten Sleman, tanggal 13 November 2006

diimplementasikannya Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame, pendapatan Kabupaten Sleman dari pajak reklame pada tahun 2003 meningkat 170,78 % dari target. Peningkatan sangat signifikan juga terjadi pada tahun 2004, pendapatan Kabupaten Sleman dari pajak reklame pada tahun tersebut meningkat 406,86% dari target. Demikian pula pendapatan Kaupaten Sleman dari pajak reklame pada tahun 2005 meningkat secara signifikan sebesar 262,88% dari target yang ditentukan.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa hasil implementasi Perda No. 5 Tahun 2002 tentang Pajak reklame dari tahun 2003 sampai dengan 2005, terjadi peningkatan yang sangat signifikan pada pendapatan Kabupaten Sleman yang diperoleh dari pajak reklame.

Tabel 3.2

Penerimaan Pajak Berdasakan Jenis Reklame Kabupaten Sleman

Tahun 2003-2005

Tahun / Jenis reklame	2003 (Rp)	%	2004 (Rp)	%	2005 (Rp)	%
1. Bill board	5.734.018,68	27,60	28.490.439,56	28,01	57.740.686,08	28,16
2. Baliho	5.017.266,35	24,15	25.449.153,8	25,02	51.507.316,56	25,12
3. Kain & sejenisnya	3.762.430,37	18,11	20.353.220,12	20,01	46.914.307,9	22,88
4. Megatron	2.214.660,84	10,66	10.059.637,53	9,89	20.935.099,6	10,21
5. Udara	477.834,.89	2,3	2.390.308,21	2,35	4.716.036,15	2,3
6. Non box	853.870,77	4,11	5.899.484,09	5,8	9.842.162,4	4,8
7. Cahaya	882.955,77	4,25	5.289.192,6	5,2	8.406.847,05	4,1
Lain-lain	1.832.392,93	8,82	3.783.807,04	3.72	4.982.594,71	2,43

Sumber: Dinas pendapatan Daerah Kabupaten Sleman, 2006

Tabel 3.2 diatas memperlihatkan bahwa pajak reklame menurut jenis-jenisnya banyak memberikan pemasukan bagi pendapatan daerah di Kabupaten Sleman dari tahun 2003-2005. Dibandingkan dari jenis pajak lainnya yang dikelola oleh Kabupaten Sleman lainnya.

Terbukti dari penerimaan hasil hasil pajak dari jenis-jenisnya tersebut, disini jenis pajak billboard dari tahun 2003 sebesar 27,60%, tahun 2004 sebesar 28,01%, tahun 2005 sebesar 28,16%. Dari jenis-jenis reklame tersebut penerimaan yang paling besar yaitu diantaranya reklame billboard, baliho, kain dan sejenisnya. Hal tersebut sangat memberikan pengaruh yang positif bagi pendapatan asli daerah di Kabupaten Sleman khususnya tahun 2003-2005.

Tabel 3.3

Persentase Kenaikan Pendapatan Pajak

Jenis	2003-2004	2004-2005
Billboard	496,86%	202,66%
Baliho	507,21%	202,39%
Megatron	540,95%	230,5%
Kain & sejenisnya	454,22%	208,10%
Udara	500,23%	197,29%
Non box	690,91%	166,83%
Cahaya	594,03%	158,94%
Lain-lain	206,49%	131,68%

Sumber: Dinas pendapatan Daerah Kabupaten Sleman, 2006

Tabel 3.3 hasil dari prosentase kenaikan pendapatan pajak menunjukkan kenaikan yang dignifikan khususnya tahun 2003-2004 diantaranya jenis pajak billboard, baliho, megatron, kain dan sejenisnya, udara, neon box, cahaya yang prosentasinya diatas kisaran 200% lebih

Walaupun di tahun 2004-2005 mengalami penurunan tetapi hal tersebut tidak memberi pengaruh bagi pendapatan asli daerah Kabupaten Sleman. Kenyataan tersebut menunjukkan bahwa implementasi perda no. 5 tahun 2002 tentang pajak reklame di Kabupaten Sleman telah berhasil.

C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan

1. Komunikasi antar organisasi

a. Kebijakan yang mengatur tentang implementasi

Bedasarkan hasil wawancara dengan Kepala BPKKD Kabupaten Sleman yang diwakili oleh kepala Bidang pendapatan instansi tersebut dikatakan bahwa:

> "Kebijakan yang diambil Pemerintah Kabupaten Sleman untuk mengimplementasikan Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak reklame di Kabupaten Sleman adalah dikeluarkannya beberapa Surat Keputusan Bupati Sleman, yaitu SK Bupati Sleman No.5/Kep.KDH/2003 tentang Izin Reklame dan SK Bupati No.5/Kep.KDH/2003 tentang Izin Reklame dan SK Bupati Sleman No.15/Kep.KDH/2003 tentang Pengelolaan titik Lokasi Reklame[3]."

Kebijakan terhadap Perda No. 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame yang merupakan penyempurnaan dari Perda No. 10 Thn 1998, terkait dengan Perda No. 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan titik Lokasi Reklame. Perda ini dikeluarkan berdasarkan pertimbangan bahwa pemanfaatan titik lokasi reklame telah memberikan manfaat komersial bagi penyelenggara reklame, disamping juga merupakan

salah satu upaya Pemerintah Daerah dalam mengendalikan pemanfaatan reklame luar ruang.

Menurut pasal 1 ayat d dan e dari perda No. 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan titik Lokasi reklame, yang dimaksud dengan titik lokasi reklame adalah tempat berdirinya bangunan reklame untuk jenis reklame billboard, megatron dan baliho. Tempat ini dipandang memiliki nilai strategis, yaitu nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame luar ruangan berdasarkan pemanfaatan media ruang, dimana pada masing-masing titik mempunyai nilai strategis yang berbeda yang berkaitan dengan besar kecilnya pajak reklame yang dikenakan. Semakin tinggi nilai strategis maka semakin besar pajak yang dikenakan, demikian sebaliknya semakin rendah nilai strategis tersebut maka semakin rendah pula pajak yang dikenakan, yang diwujudkan dalam bentuk harga Pasar Titik Lokasi reklame dan Klasifikasi.

Harga Pasar Titik Lokasi Reklame untuk jenis reklame billboard, megatron dan baliho sebagaimana disebutkan pada lampiran Perda No. 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame, terlihat pada tabel-tabel di bawah ini

Tabel 3.4
Jenis Reklame Billboard dan Megatron Untuk media
(Dalam rupiah per meter persegi pertahun)

Kelas	4 Arah	3 Arah	2 Arah	1 Arah
I	650.000	600.000	550.000	500.000
II	550.000	500.000	450.000	400.000
III	450.000	400.000	350.000	300.000

Sumber: Lampiran SK Bupati Sleman No. 15/ Kep.KDH/2003

Tabel 3.5
Jenis reklame Billboard dan Megatorn Untuk Non Median
(dalam rupiah per meter persegi pertahun)

Kelas	4 Arah	3 Arah	2 Arah	1 Arah
I	175.000	150.000	125.000	100.000
II	150.000	125.000	100.000	75.000
III	125.000	100.000	75.000	50.000

Sumber: Lampiran SK. Bupati Sleman No. 15/Kep.KDH/2003

Tabel 3.6
Jenis reklame baliho Untuk Non median
(dalam Rupiah per meter persegi pertahun)

Kelas	3 Arah	2 Arah	1 Arah
I	20.000	15.000	10.000
II	12.500	10.000	7.500
III	10.000	7.500	5.000

Sumber: Lampiran SK. Bupati Sleman No. 15/Kep.KDH/2003

Adapun titik Lokasi Reklame yang berkaitan dengan Harga pasar titik Lokasi Reklame untuk jenis reklame billboard, megatron dan baliho sebagaimana disebutkan pada lampiran Perda No. 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame, adalah untuk kelas I sebanyak 20 titik reklame, kelas II sebanyak 17 titik reklame, Kelas III sebanyak 7 titik reklame, Kelas IV sebanyak 8 titik reklame serta kelas V sebanyak 5 titik reklame maupun kelas VI sebanyak 5 titik reklame, dengan rincian sebagai berikut:

1) **Kelas I, terdiri dari:**

a) Jalan Solo, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(1) Batas Kota sampai dengan Jembatan Affandi

(2) Pertigaan Ngentak sampai dengan Pertigaan Babarsari dalam radius 150 meter (m) dari As jalan pertigaan.

(3) Pertigaan bandara Adisucipto dalam radius 250 m dari As pertigaan.

(4) Jembatan Sungai Opak sampai dengan Batas Wilayah Kabupaten.

b) Jalan Prambanan-Piyungan, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(5) Pertigaan jalan Solo sampai dengan Rel Kereta Api

c) Jalan Gejayan, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(6) Pertigaan Colombo dalam radius 100 m dari As pertigaan

d) Jalan Colombo – Patih rapih, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(7) Pertigaan Colombo dalam radius 100 m dari As pertigaan

e) Jalan Kaliurang, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(8) Batas Kota sampai dengan ringroad Kentungan

f) Jalan Magelang, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(9) Batas Kota sampai dengan 250 m sebelum dalam radius Ringroad Jombor.

(10) Perempatan Denggung dari As perempatan radius 250 m

g) Jalan Lingkar Utara, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(11) Perapatan Ringroad Gamping dalam radius 250 m dari As pertigaan

(12) Perempatan Ringroad Pelem gurih dalam radius 250 m dari As perempatan.

(13) Perempatan ringroad Demakijo dalam radius 250 m dari As perempatan

(14) Perempatan ringroad Keronggohan dalam radius 250 m dari As perempatan

(15) Perempatan ringroad Jombor dalam radius 250 m dari As perempatan

(16) Perempatan ringroad Monjali dalam radius 250 m dari As perempatan

(17) Perempatan ringroad keuntungan dalam radius 250 m dari As perempatan

(18) Perempatan ringroad Gejayan dalam radius 250 m dari As perempatan

(19) Perempatan ringroad Maguwoharjo dalam radius 250 m dari As perempatan

h) Jalan lingkar selatan, titik-titk lokasi reklamenya adalah:

(20) Pertigaan janti *Fly Over* sampai dengan Batas Wilayah

2) **Kelas II, terdiri dari:**

a) Jalan Solo, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(1) Sepanjang jalan Solo batas Kota sampai dengan Batas Wilayah Kabupaten di Luar area kelas I.

(2) Jalan-jalan Penghubung:

(a) Jalan Babarsari

(b) Jalan Ngentak Seturan

(c) Jalan Perumnas Condongcatur

(d) Jalan Gowok

b) Jalan IAIN sampai dengan Timoho, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(3) Pertigaan IAIN sampai dengan batas Wilayah Kabupaten

c) Jalan gejayan, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(4) Sepanjang Jalan Gejayan di luar area kelas I

d) Jalan Colombo (Samirono), titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(5) Sepanjang jalan Colombo di luar area kelas I

e) Jalan profesor Yohannes, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(6) Batas radius perempatan Santikara sampai dengan batas Wilayah Kabupaten

f) Kompleks UGM dan UNY, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(7) jalan-jalan Penghubung di kompleks UGM dan UNY

g) Jalan Kaliurang, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(8) Batas radius perempatan Ringroad Kentungan sampai dengan petigaan Ngasem

(9) Kompleks Wisata Kaliurang

h) Jalan AM Sangaji, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(10) Batas Kota sampai dengan batas radius Ring road Monjali

i) Jalan Magelang, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(11) Batas radius perempatan Jombor sampai batas radius perempatan Denggung.

(12) Batas radius perempatan Denggung sampai dengan Batas Wilayah Kabupaten

j) Jalan Godean, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(13) Batas Wilayah Kabupaten sampai dengan batas radius perempatan Ring road Demak Ijo

(14) Perempatan Pasar Godean radius 250 m.

k) Jalan Wates, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(15) Batas Wilayah Kabupaten sampai dengan batas radius perempatan Ring Road Pelem Gurih

(16) Batas radius perempatan Ring road Gamping sampai dengan perempatan Delingsari

l) Jalan Ring Road Utara, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(17) Sepanjang Jalan Ring Road Utara di luar area Kelas 1

3) Kelas III, terdiri dari :

a) Jalan Prambanan Piyungan, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(1) Rel Kereta Api sampai dengan Batas Wilayah Kabupaten

b) Jalan Wonosari, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(2) Jalan Wonoisari yang termasuk wilayah kabupaten

c) Jalan Kaliurang, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(3) Sepanjang Jalan Kaliurang di luar area Kelas I dan II

d) Jalan Palagan Tentara Pelajar, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(4) Batas radius perempatan Ring Road Monjali sampai dengan pertigaan Pulowatu

e) Jalan Wates, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(5) Sepanjang Jalan Wates sampai dengan Batas Wilayah Kabupaten di luar kelas I dan II

f) Jalan Alternatif Solo Tempel Kalasan, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(6) Sepanjang Jalan Alternatif Tempel, Turi, Pakem, Cangkringan dan Kalasan

g) Jalan Godean Ngapak, titik-titik lokasi reklamenya adalah:

(7) Sepanjang Jalan Godean di luar area Kelas I dan II

4) **Kelas IV, terdiri dari:**

Semua Jalan-Jalan Alteri Primer, Alteri Sekunder, Kolektor Primer, Koletor Sekunder serta Lokal di luar area Keas I, II dan III, terletak di :

(1) Kecamatan Depok

(2) Kecamatan Mlati

(3) Kecamatan Ngaglik

(4) Kecamatan Gamping

(5) Kecamatan Ngemplak

(6) Kecamatan Godean

(7) Kecamatan Berbah

(8) Kecamatan Kalasan

5) **Kelas V, terdiri dari:**

Semua Jalan-Jalan Alteri Primer, Alteri Sekunder, Kolektor Primer, Kolektor Sekunder serta Lokal di luar area Kelas I, II, dan

6) Kelas VI, terdiri dari:

Semua Jalan-Jalan Alteri Primer, Alteri Sekunder, Kolektor Primer, Kolektor Sekunder serta Lokal di luar area Kelas I, II, dan III, yang terletak di :

(1) Kecamatan Minggir

(2) Kecamatan Moyudan

(3) Kecamatan Seyegan

(4) Kecamatan Prambanan

(5) Kecamatan Cangkringan

Perda No 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame, tidak menyebutkan harga sewa titik-titik lokasi reklame untuk Kelas IV, V dan VI.

Untuk mengimplementasi kebijakan terhadap Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame yang merupakan penyempurnaan dari Perda No 10 Thn 1998, terkait dengan Perda No 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame, Bupati Sleman mengeluarkan beberapa Surat Keputusan (SK) yang terdiri dari SK Bupati Sleman No.5/Kep.KDH/2003 tentang Izin Reklame dan SK Bupati Sleman No.15/Kep.KDH/2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame.

Dikeluarkannya SK Bupati Sleman No.5/Kep.KDH/2003 tentang Izin Reklame, didasarkan pada pertimbangan bahwa keberadaan reklame sebagai salah satu alat promosi suatu produk perlu

dan ketertiban masyarakat. Selain itu, dikeluarkannya SK Bupati Sleman tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa dalam rangka pembinaan, pengendalian dan pertimbangan atas pemasangan reklame maka diperlukan adanya pengaturan dalam bentuk izin reklame.

Dikeluarkannya SK Bupati Sleman No 15/Kep. KDH/2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame, didasarkan pertimbangan bahwa salah satu upaya Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman dalam mengendalikan pemanfaat reklame luar ruang adalah dengan menetukan titik lokasi rekalme. Selain itu, dikeluarkannya SK Bupati Sleman tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa pemanfaat titik lokasi reklame telah memberikan manfaat komersial bagi penyelenggara reklame.

Implementasi kebijakan terhadap Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame yang merupakan penyempurnaan dari Perda No 10 Thn 1998 dan terkait dengan Perda No 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan Titik lokasi reklame yang dijabarkan dengan SK Bupati Sleman No.5/Kep KDH/2003 tentang Izin Reklame dan SK Bupati Sleman No 15/Kep.KDH/2003 tentang pengelolaan titik lokasi reklame, pada dasarnya merupakan implementasi kebijakan pajak reklame secara yuridis formal agar terbangunnya komunikasi antar organisasi di dalam Pemerintahan Kabupaten Sleman dengan menggunakan "bahasa" yang sama sehingga dapat dicapai keberhasilan yang maksimal. Hal ini sesuai dengan pandangan Edwards III, bahwa salah satu variabel yang

mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan sutu kebijakan adalah komunikasi[4]. Keberhasilan implementasi kebijakan mensyaratkan agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan, untuk itu harus digunakan bahasa yang sama. Apabila "bahasa" suatu kebijakan tidak jelas atau bahkan tidak diketahui sama sekali maka kemungkinan sekali akan terjadi resistensi dari kelompok sasaran, karena masing-masing organisai membahasakan kebijakan secara berbeda.

b. Koordinasi antar pemerintah dengan lembaga terkait dalam implementasi kebijakan

Kepala BPKKD Kabupaten Sleman yang diwakili oleh Kepala Bidang Pendapatan instansi tersebut menyatakan bahwa:

"Dalam melaksanakan implementasi Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame koordinasi yang penting dilakukan oleh BPKKD Kabupaten Sleman adalah dengan Bidang Pemukiman Dinas Kimpraswilhub, Pustral UGM dan Teknik Arsitek UGM[5]".

Koordinasi BPKKD Kabupaten Sleman dengan Bidang Pemukiman Dinas Kimpraswil Kabupaten Sleman terutama berkaitan dengan keadaan perkembangan pemukiman penduduk dalam kaitannya pada titik-titik lokasi reklame. Koordinasi BPKKD dengan Pustral UGM terarah pada keadaan lalu lintas jalan. Koordinasi BPKKD

---

[4] Goerge Edwards III, George, *Implementing Public Policy*, Congresional Quartely Press : Wahington, 1980

[5] *Hasil Wawancara Bapak* [illegible], dengan Bapak Heris, Kepala Bagian Pendapatan BPKKD Kabupaten

dengan Teknik Arsitek UGM terfokus pada manajemen fisik suatu reklame dan mengenai tata ruang.

Koodinasi tersebut dilakukan oleh BPKKD Kabupaten Sleman adalah bertujuan untuk mencapai hasil implementasi kebijakan yang maksimal yang tidak hanya sekedar peningkatan pendapatan, tetapi juga berkaitan dengan semua kepentingan berbagai pihak untuk dapat menikmati hasil dari kebijakan yang tidak merugikan. Misalnya masyarakat pengguna jalan dapat menikmati jalan trotoar tanpa adanya gangguan dari penyelenggaraan reklame yang sembarangan dan pihak penyelenggara reklame dapat melakukan pemasangan reklame dengan aman dan tercermin estetika lingkungan.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa BPKKD Kabupaten Sleman selaku lembaga peleksana implementasi Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame telah melakukan koordinasi dengan lembaga terkait secara baik.

c. Ada tidaknya konflik dan perbedaan di antara aparat pelaksana dalam pelaksanaan implementasi kebijakan.

Berhasil tidaknya implementasi kebijakan pajak reklame juga dipengaruhi oleh faktor ada tidaknya konflik dan perbedaan diantara aparat pelaksana dalam pelaksanaan implementasi kaebijakan tersebut, dalam hal ini adalah aparat dari BPKKD Kabupten. Pejabat unit/

Bagian/ Urusan Pajak Reklame di BPKKD Kabupaten Sleman mengemukakan pendapat sebagai berikut:

> "Dalam pelaksanan kebijakan tentang pajak reklame di Kabupaten Sleman ini tidak ada atau tidak terjadi konflik dan perbedaan pendapat di kalangan aparat pelaksana. Hal ini disebabkan adanya kesamaan bahasa, komunikasi dan koordinasi yang baik serta terjadwal sehingga semua pihak dapat mengetahui dan menjalankan tugasnya masing-masing"[5].

Tidak adanya konflik dan perbedaan di antara aparat pelaksana dalam pelaksanaan implementasi kebijakan ini menunjukkan adanya kejelasan dan konsistensi aturan yang ada pada aparat pelaksana. Sejalan dengan pendapat Mazmanian dan Sabatier (1983) bahwa salah satu variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan publik adalah karakteristik kebijakan/ undang-undang (*ability of statute to structure implementation*) yang dalam hal ini kejelasan bahasa kebijakan sehingga dapat dikomunikasikan dan dikoordinasikan dengan aparat pelaksana[7].

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak adanya konflik dan perbedaan diantara aparat pelaksana dalam pelaksanaan implementasi kebijakan pajak reklame di Kabupaten Sleman. Merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam implementasi Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame.

---

[5] *Hasil Wawancara*, dengan bapak Haris, Bagian Pendapatan BPKKD Kabupaten Sleman.
[7] Daniel A. Mazmanian dan Sabaatier, aul A., *Implementation and Public Policy*, Scott, Foresman and Company, New Jersey, 1983, Chapter 1-2.

2. Sumber daya

a. Keberhasilan sumber-sumber yang diperlukan dalam implementasi kebijakan

Walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasian secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implemenor kekurangan sumberdaya yang diperlukan untuk melaksanakan suatu kebijakan, implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumber daya tersebut dapat berwujud sumberdaya manusia, yakni kompetensi implementor, dan sumber daya finansial. Sumberdaya adalah faktor penting untuk implementasi kebijakan agar efektif. Tanpa sumberdaya, kebijakan hanya tinggal di kertas menjadi dokumen saja.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala BPKKD Kabupaten Sleman yang diwakili oleh Kepala Bidang Pendapatan instansi tersebut, dikatakan bahwa:

> "Sumber-sumber daya yang diperlukan dalam pelaksanaan implementasi Perda No 5 Thn 2002 tetntang Pajak Reklame di Kabupaten Sleman Thn 2003 – 2005 selain Sumber Daya Manusia (SDM) yang cukup memadai, juga saumber daya sosial ekonomi Kabupaten Sleman yang berkembang pesat[8]".

Pernyataan Kepala BPKKD Kabupaten Sleman yang diwakili oleh Kepala Bidang Pendapatan instans I tersebut didukung dengan data bahwa jumlah pegawai di BPKKD Kabupaten Sleman saat penelitian ini berlangsung adalah 129 orang dengan 60 orang laki-laki dan 69 orang perempuan yang tersebar pada 6 bagian serta 16 sub

---

[8] *Hasil Wawancara* dengan Bapak Haris, Kepala Bagian Pendapatan BPKKD Kabupaten Sleman

bagian. Hal ini berarti ketersedian SDM yang diperlukan tersebut dalam pelaksanaan tentang implementasi Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Relame di Kabupaten Sleman Thn 2003 – 2005, cukup memadai. Kenyataan ini sejalan dengan pendapat Mazmanmian dan Sabatier (1983)[9] yang menyatakan bahwa setiap program implementasi memerlukan dukungan staf untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan administrasi dan teknis, serta memonitor program tersebut.

Untuk sumberdaya sosial ekonomi, berdasarkan laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah Kabupaten Sleman Tahun Anggaran 2005, disebutkan bahwa pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sleman yang didukung oleh perkembangan industri telah mampu memberikan sumbagnan PAD Sleman sebesar Rp 205.045.050. Hal ini sesuai dengan pendapat Meter dan Horn[10] yang menyatakan bahwa salah satu faktor berhasil tidaknya suatu kebijakan tersebut diimplementasikan.

Hal ini berarti Pemerintah Kabiupaten Sleman telah menempatkan sumber daya berada pada posisi penting dalam mengimplementasikan kebijakan tentang pajak reklame. Sesuai dengan pandangan Edwards III, yang menyatakan bahawa implementasi kebijakan dipengaruhi salah satu faktor pentingnya adalah

---

[9] Daniel A. Mazmanian dan Sabaatier, aul A., *Implementation and Public Policy*, Scott, Foresman and Company, New Jersey, 1983, Chapter 1-2.

[10] Donald S. Van Meter dan Horn, Carl E. Van., "*The Policy Implementation Process: A Conceptual Framework*" di dalam Administration dan Society, 1985, Vol 6, No 4.

sumberdaya[11]. Menurutnya apabila *implementory* kekurangan sumberdaya untuk melaksanakan, implementasi tidak akan berjalan efektif, karena sumberdaya adalah faktor penting untuk implementasi kebijakan agar efektif. Tanpa sumberdaya, kebijakan hanya tinggal di kertas menjadi dokumen saja.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ketersediaan sumberdaya di Kabupaten Sleman sangat mendukung suksesnya implementasi Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame.

b. Perpaduan antara sumber-sumber yang diperlukan dalam implementasi kebijakan

Pejabat Unit/ Bagian/ Urusan Pajak Reklame di BPKKD Kabupaten Sleman mengemukakan pendapat sebagai berikut:

> "Cara memadukan antara sumber-sumber yang diperlukan tersebut dalam pelaksanaan tentang implementasi Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame di Kabupaten Sleman Thn 2003 – 2005 dilakukan melalui dua pendekatan. Pertama, melakukan sosialisasi dalam bentuk Raker di kalangan aparat pelaksana lapangan. Kedua, melakukan pemetaan potensi lokasi pajak reklame. Kedua hal ini disingkronisasikan dan dikoordinasikan dalam pelaksanaannya[12]."

Pendapat Pejabat Unit/ Bagian/ Urusan Pajak Reklame di BPPKD Kabupaten Sleman terjadi perpaduan di antara sumberdaya yang ada. Kenyataan ini mendukung pendapat Merilee S. Grindle

---

[11] George Edwards III, George, *Implementing Public Policy*, Congresional Quartely Press: Washington, 1980.

[12] *Hasil Wawancara* dengan Bapak Hasip Kepala Bagian Pendapatan BPKKD Kab.

(1980)[13] yang menyatakan bahwa suatu program implementasi tidak hanya harus didukung oleh sumberdaya yang memadai, namun juga tergantung pada bagaimana mengkoordinasikan sumber-sumber daya tersebut. Demikian juga menurut pendapat G. Shabbir Cheema dan Dennis A. Rondinelli (1983) yang menyatakan bahwa singkronisasi sumberdaya menjadi sangat penting dalam mengimplementasikan suatu program[14].

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa telah terjadi perpaduan sumberdaya di kabupaten Sleman dalam mengimplementasikan Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame dalam bentuk singkronisai dan koordinasi.

3. Disposisi dan sikap pelaksana

a. Pengetahuan dari aparat pelaksana dalam implementasi kebijakan

Untuk mengetahui pengetahuan aparat pelaksana dalam mengimplementasikan kebijakan pajak reklame di Kabupaten Sleman secara formal dapat diketahui dari jenjang pendidikan pegawai di BPKKD Kabupaten Sleman sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

---

[13] Merilee S. Grindle, *Politics and Policy Implementation in the Third World*, Princeton University Press, New Jersey, 1980, Chapater I.

[14] G. Shabbir dan Rondinelli, Dennis A., *Implementing Decentralization Programmes in Asia : Local Capacity for Rural Development*, UNCRD, N... 1983

Tabel 3.7
Karakteristik Pegawai BPKKD Kabupaten Sleman
Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	1	0,78%
SMP	5	3,86%
SMA	49	37,98%
Diploma	14	10,85%
Sarjana S1, S2	60	46,51%
Total	129	100%

Sumber : Kabupaten Sleman Dalam Angka, 2006

Menurut tabel 3.3 di atas terlihat bahwa tingkat pendidikan pegawai BPKKD Kabupaten Sleman yang terbanyak adalah berpendidikan Sarjana S1 dan S2 sebesar 46,51%, diikuti yang berpendidikan SMA sebesar 37,98%, diploma sebesar 10,85% dan SMP sebesar 3,86 % serta SD hanya 0,78%.

Komposisi pegawai BPKKD Kabupaten Sleman selaku aparat pelaksana dalam mengimplementasikan kebijakan pajak reklame yang demikian, memungkinkan mereka memahami Perda No 10 Thn 1998 dan Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame, Perda No 15 Thn 2003 tentang Pengelolaan Titik lokasi Reklame, SK Bupati Seman No.5/Kep. KDH/2003 tentang Izin Reklame dan SK Bupati Sleman No.15/Kep.KDH/2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame serta berbagai perangkat hukum yang berkaitan dengan pajak reklame maupun pengetahuan yang berkaitan dengan pajak pada umumnya.

b. Ketrampilan dari aparat pelaksana dalam implementasi kebijakan

Untuk mengetahui ketrampilan aparat pelaksana dalam mengimplementasikan kebijakan pajak reklame di Kabupaten Sleman secara formal dapat diketahui dari tingkat golongan pegawai di BPKKD Kabupaten Sleman, karena tingkat golongan di pegawai negeri salah satunya adalah mencerminkan lamanya bekerja dan pengalaman bekerja yang dapat digunakan untuk mengukur ketrampilan kerja aparat. Tingkat golongan pegawai di BPKKD Kabupaten Sleman adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.8
Karakteristik Pegawai BPKKD Kabupaten Sleman
Berdasarkan Tingkat Golongan

Golongan	Jumlah	Prosentase
I	0	0%
II	38	29,46%
III	87	67,44%
IV	4	3,10%
Total	129	100%

Sumber : Kabupaten Sleman Dalam Angka, 2006

Menurut tabel 3.4 di atas terlihat bahwa tingkat golongan pegawai BPKKD Kabupaten Sleman yang terbanyak adalah golongan III sebesar 67,44%, diikuti golongan II sebesar 39,46%, dan golongan IV sebesar 3,10% serta tidak seorang pun yang bergolongan I.

Komposisi berdasarkan tingkat golongan pegawai BPKKD Kabupaten Sleman selaku aparat pelaksana dalam

mengimplementasikan kebijakan pajak reklame yang demikian, memungkinkan mereka untuk memiliki pengalaman dalam mengimplementasikan Perda no 10 Thn 1998 dan perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame, perda no 15 thn 2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame, SK Bupati Sleman No. 5/Kep. KDH/2003 tentang Izin Reklame dan SK Bupati Sleman No. 15/Kep. KDH/2003 tentang Pengelolaan Titik Lokasi Reklame serta berbagai perangkat hukum yang berkaitan dengan pajak reklame maupun ketrampilan yang berkaitan dengan pajak pada umumnya.

Kenyataan ini sesuai dengan pendapat Mazmanian dan Sabatier[15] yang menyatakan bahwa tingkat ketrampilan dari aparat dan implementor merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan implementasi kebijakan publik.

c. Keinginan dari aparat pelaksana dalam implementasi kebijakan, dengan baik dan benar

Indikasi yang dapat digunakan untuk mengukur keinginan dari aparat pelaksana dalam hal ini adalah pegawai BPKKD Kabupaten Sleman dalam pelaksanaan implementasi kebijakan pajak reklame dengan baik dan benar, dapat diukur dari tidak ditemukannya kasus penyimpangan di pengadilan. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh

[15] Daniel A. Mazmanian dan Sabatier, Implementation and Public Policy

Kepala BPKKD Kabupaten Sleman yang diwakili oleh Kepala Bidang Pendapatan instansi tersebut sebagai berikut:

> "Hingga sampai saat ini, pegawai lapangan yang melaksanakan implementasi Perda no 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame di Kabupaten Sleman Thn 2003-2005 belum ada yang terkena kasus, apalagi yang sampai pada tingkat pengadilan. Hal ini disebabkan pimpinan kami selalu memberikan motivasi utnuk bekerja dengan baik dan benar dalam melayani para wajib pajak, karena mereka merupakan salah satu sumber pendapatan daerah[16]".

Kenyataan ini sejalan dengan pendapat Edwards III[17], yang mengemukakan bahwa implementasi kebijakan dipengaruhi oleh salah satunya adalah variabel disposisi yaitu watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor, seperti komitmen, kejujuran, sifat demokratis. Apabila implementor memiliki disposisi yang baik, maka dia akan dapat menjalanakan kebijakan dengan benar seperti apa yang diinginkan pembuat kebijakan. Ketika implementor memiliki sikap atau perspektif yang berbeda dengan pembuat kebijakan, maka proses implementasi kebijakan juga menajdi tidak efektif.

Kejadian yang terjadi pada aparat pelaksana implementasi pajak reklame di Kabupaten Sleman, juga sesuai dengan pendapat Mazmanian dan Sabatier[18] yang menyatakan bahwa tingkat komitmen dari aparat dan implementor adalah variabel yang paling krusial. Jika

---

[16] *Hasil Wawancara* Besas, dengan bapak Haris, Kepala bagian Pendapatan BPKKD Kabupatenm Sleman.

[17] George Edwards III, George, *Implementing Public Policy*, Congresional Quartely Press : Wahington, 1980.

[18] Daniel A. Mazmanian dan Sabatier, Paul A., *Implementation and Public Policy*, Scott, Foresman and Company, New Jersey, 1983, Chapter 1-2.

aparat pelaksana mempunyai komitmen yang baik, maka pelaksanaan implementasi dapat menjadi benar.

Kenyataan yang terjadi pada pegawai BPKKD Kabupten Sleman selaku pelaksana implementasi kebijakan pajak reklame, juga mendukung pendapat Meter dan Horn[19] yang menyatakan bahwa intensitas disposisi implementor, yakni preferensi nilai baik dan benar yang dimiliki oleh implementor dapat mewujudkan kebijakan publik secara konkret.

4. Reaksi dari masyarakat terhadap implementasi kebijakan

Hingga sampai penelitian ini dilaksanakan belum ditemukan reaksi masyarakat terhadap implementasi kebijakan reklame di Kabupaten Sleman. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Kepala BPKKD Kabupaten Sleman yang diwakili oleh Kepala Bidang Pendapatan instansi tersebut sebagai berikut:

"Sejak diberlakukannya Perda No 5 Thn 2002 tentang Pajak Reklame di Kabupaten Sleman sampai saat ini belum ada masyarakat dan wajib pajak yang melakukan komplain atau menyatakan keberatan atas Perda tersebut[20]".

Berdasarkan pernyataan Kepala BPKKD Kabupaten Sleman yang diwakili oleh Kepala Bidang Pendapatan instansi tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Kabupaten Sleman tidak memberikan reaksi negatif atas diimplementasikannya kebijakan tentang pajak reklame.

---

[19] Donald S. Van Meter dan Horn, Carl E. Van., "*The Policy Implementation Process: A Conceptual Framework*" di dalam Administration and Society, 1985, Vol.6, No.4.

[20] *Hasil Wawancara* dengan bapak Hario, Kepala Bagian Pendapatan BPKKD Kabupaten Sleman

5. Respon pemerintah terhadap reaksi dari masyarakat

Mengingat bahwa masyarakat di Kabupaten Sleman tidak memberikan reaksi negatif atas diimplementasikannya kebijakan tentang pajak reklame maka dapat disimpulkan bahwa belum ada respon pemerintah terhdap reaksi masyarakat di Kabupaten Sleman atas diimplementasikannya kebijakan tentang pajak reklame