

IMPLEMENTASI PERDA NOMOR 6 TAHUN 2011 TENTANG PAJAK REKLAME DI KOTA SEMARANG

Oleh:

Rahmat Tri Febriyanto, Ari Subowo

Jurusan Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Pajak reklame adalah pungutan daerah yaitu kab/kota atas penyelenggaraan reklame. Diselenggarakannya Pajak Reklame bertujuan untuk membantu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah guna melaksanakan pembangunan dan mengurus rumah tangga daerahnya sendiri. Pada kenyataannya dalam pelaksanaannya implementasi kebijakan ini belum sepenuhnya dapat mendatangkan hasil sesuai dengan target yang ditentukan.

Fokus dalam penelitian ini adalah pada Implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame di Kota Semarang sebagai lokus penelitian. Penelitian ini menggunakan teori implementasi yang dikemukakan oleh Geroge Edward III dan teori Meter dan Horn serta teori dari Grindle.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian Eksplanatory yaitu mengkaji pengaruh antar variabel disertai pengujian hipotesis. Unit analisisnya adalah para petugas aparat pelaksana kebijakan implementasi Perda Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame yang terkait (Pegawai bidang pajak daerah). Sampel yang representatif digunakan teknik *Proporsional Random Sampling* dengan mengambil 30 responden. Pengujian statistik untuk mengukur ketepatan instrumen pertanyaan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. pengujian hipotesis menggunakan rumus Koefisien Korelasi Rank Kendall dengan Uji Signifikansi r dengan metode SPSS dan Koefisien Determinasi.

Hasil penelitian membuktikan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara sikap dengan implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame dengan besarnya nilai hubungan 11,4%. Ada hubungan positif dan signifikan antara komunikasi dengan implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame dengan besarnya nilai hubungan 16,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Kata kunci : *Pajak Reklame, Pajak Daerah, Pendapatan Asli Daerah, Kota Semarang*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembiayaan pembangunan Negara semakin meningkat dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, negara harus mampu menggali sumber-sumber penerimaan dana yang harus ditingkatkan lagi. Pembiayaan pembangunan ditingkat pemerintahan pusat dan ditingkat pemerintahan daerah tentu berbeda. Masalah yang terjadi adalah, pemerintah daerah sering mengalami ketergantungan pembiayaan pembangunan oleh pemerintah pusat. Oleh karena itu, dibuatlah UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No.33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sebagai wujud realisasi pemberdayaan daerah. Dengan adanya UU ini, pemerintah dituntut untuk dapat mengelola segala urusan keuangan daerah termasuk menggali sumber-sumber penerimaan daerah.

Salah satu komponen pendapatan asli daerah yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kota Semarang adalah pajak daerah. Berdasarkan data dari Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang pajak daerah yang di peroleh Kota Semarang pada periode tahun 2014

mencapai Rp 791.509.586.089 sementara PAD Kota Semarang yaitu Rp 893.165.229.713, artinya pajak daerah berhasil menyumbangkan 88% dari total PAD Kota Semarang tahun 2014. Pajak daerah merupakan sumber pendapatan yang dapat dikembangkan berdasarkan peraturan-peraturan pajak yang diterapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut (Sofian, 1997:12). Secara umum pajak adalah pungutan dari masyarakat oleh Negara (Pemerintah) berdasarkan Undang-Undang yang bersifat dapat dipaksakan dan terutang oleh yang wajib membayarnya dengan tidak mendapat prestasi kembali (kontraprestasi / balas jasa) secara langsung, yang hasilnya digunakan untuk membiayai pengeluaran. Beberapa macam pajak yang dipungut oleh Pemerintah Kota Semarang diantaranya yaitu pajak reklame, pajak restoran dan pajak hotel, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, pajak pengambilan bahan galian golongan C, pajak pemanfaatan air bawah tanah dan air permukaan dan pajak parkir.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah semakin mempertegas jika pajak juga menjadi pemasukan bagi kas daerah dimana setiap daerah memiliki hak untuk mengelola keuangannya sendiri sehingga

bisa memperoleh pendapatan asli daerah dari berbagai pajak yang memang kasnya diperuntukan bagi pemasukan daerah. Kota Semarang sebagai kota pusat pemerintahan dan sekaligus sebagai kota industri maka prospek pajak reklame cukup potensial untuk saat ini dan waktu yang akan datang. Dalam ilmu marketing ada bauran pemasaran yang dipakai sebagai instrumen kebijakan perusahaan. Salah satu bauran pemasaran tersebut adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. Oleh karena itu obyek pajak reklame akan tumbuh seiring dengan pertumbuhan perusahaan atau industri.

Fenomena yang terjadi dilapangan terkait variabel sikap yang penulis temukan, banyaknya penyelenggara reklame yang memberikan wewenang kepada biro reklame sebagai wajib pajak menjadi indikasi bahwa sistem atau mekanisme yang berlaku menyulitkan penyelenggara reklame. Penggunaan jasa biro selaku wajib pajak secara resmi dilegalkan pada Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, padahal masalah dilapangan yang sering ditemukan aparat adalah kurangnya kedisiplinan biro dalam pembayaran dan penyelenggaraan reklame. aparat DPKAD Kota Semarang belum berani mengambil resiko dengan mengapus perizinan biro selaku wajib pajak

dan aparat belum memiliki sikap kognisi dalam hal ini pengetahuan dan pemahaman untuk membuat birokrasi yang lebih efektif yang diinginkan penyelenggara reklame sehingga mudah diterapkan prosedurnya. Pembongkaran bagi reklame liar dan pemberian bunga sebanyak 2% bagi wajib pajak yang menunda pembayaran pajaknya dinilai belum memberikan efek jera bagi wajib pajak, Selama ini belum ada sikap penegakan disiplin yang lebih tegas dari pihak DPKAD untuk menindak kebijakan tersebut

Fenomena yang terjadi di lapangan terkait variabel komunikasi yang penulis temukan, proses ketidakjelasan informasi yang di sampaikan oleh pelaksana kebijakan terhadap kelompok sasaran atau wajib pajak menjadi halangan dalam penerapan implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang pajak reklame hal ini dipengaruhi oleh intensitas komunikasi melalui penyuluhan atau sosialisasi yang diadakan oleh pelaksana pada kelompok sasaran masih tergolong jarang dilakukan. Penyelenggaraan sosialisasi yang intensif diharapkan akan menciptakan komunikasi yang dialogis antara aparat dengan kelompok sasaran, sehingga aparat akan mengetahui proses atau mekanisme seperti apa yang di inginkan oleh wajib pajak.

Walikota dalam menyampaikan informasi tersebut jarang dilakukan, hanya jika ada kesempatan tertentu hal itu dilakukan. Tidak ada waktu khusus yang sengaja dilakukan untuk mendiskusikan hal tersebut. Dengan melihat keadaan yang terjadi di lokasi penelitian, maka peneliti memilih fokus penelitian tentang implementasi Perda No.6 Tahun 2011 Tentang Pajak reklame dengan lokus penelitian di Semarang.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Apakah ada hubungan antara sikap aparatur dengan implementasi Perda Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame di Kota Semarang?
- b. Apakah ada hubungan antara komunikasi aparatur dengan implementasi Perda Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame di Kota Semarang?
- c. Apakah ada hubungan yang signifikan antara sikap dan komunikasi aparatur dengan implementasi Perda Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame di Kota Semarang ?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan pastinya memiliki tujuan tersendiri yang hendak dicapai begitu pula penelitian ini yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk.

- a. Mengetahui hubungan antara variabel sikap aparatur dengan implementasi Perda Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.
- b. Mengetahui hubungan antara variabel komunikasi aparatur dengan implementasi Perda Nomor 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.
- c. Mengetahui hubungan antara variabel sikap dan komunikasi aparatur dengan implementasi Perda Nomer 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini adalah administrasi publik, kebijakan publik dan implementasi kebijakan publik.

Administrasi publik menurut Felix A. Nigro dan Lloyd Nigro (dalam Syafiie, 2006:9) berpendapat mengenai Administrasi Publik yaitu sebagai berikut:

1. Administrasi Publik adalah suatu kerjasama kelompok dalam lingkungan pemerintahan.

2. Administrasi Publik meliputi tiga cabang pemerintahan: eksekutif, legislatif dan yudikatif serta hubungan antara mereka.
3. Administrasi Publik mempunyai peran penting dalam perumusan kebijaksanaan pemerintah dan karenanya merupakan sebagian dari proses politik.
4. Administrasi Publik sangat erat berkaitan dengan berbagai macam kelompok swasta dan perorangan dalam menyajikan pelayanan kepada masyarakat.
5. Administrasi Publik dalam beberapa hal berbeda pada penempatan pengertian dengan administrasi perorangan.

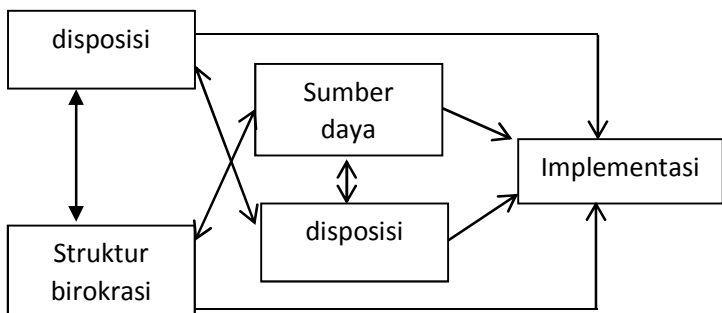
Definisi dari beberapa ahli diatas maka penulis menyimpulkan bahwa administrasi publik merupakan ilmu yang mempelajari proses kerjasama yang dilakukan oleh kelompok dalam lingkungan pemerintahan ditujukan pada pelayanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakatnya guna mencapai suatu tujuan untuk kepentingan bersama.

Chandler dan Plano (dalam Hakim, 2011:24) menyatakan bahwa kebijakan publik merupakan pemanfaatan strategis terhadap sumber daya yang ada untuk memecahkan masalah-masalah publik atau pemerintah. Menurutnya, kebijakan publik merupakan bentuk intervensi negara untuk melindungi kepentingan masyarakat (kelompok) yang kurang beruntung. Dari definisi Chandler dan Plano, kebijakan publik masuk dalam lapis pemaknaan kebijakan publik kemudian ada pada ranah sumber daya berupa sistem dalam masyarakatnya sehingga kebijakan publik akan menghasilkan *output* yang berfungsi mensinergikan kebijakan tersebut.

Implementasi kebijakan merupakan suatu proses yang begitu kompleks bahkan tidak jarang bermuatan politis dengan adanya intervensi berbagai kepentingan. Untuk melukiskan kerumitan dalam proses implementasi tersebut dapat dilihat pada pernyataan yang dikemukakan oleh seorang ahli studi kebijakan Eugene Bardach dalam Agustino (2006:138), yaitu: adalah cukup untuk membuat sebuah program dan kebijakan umum yang kelihatannya bagus di atas kertas. Lebih sulit lagi merumuskannya dalam kata-kata dan slogan-slogan yang kedengarannya mengenakan bagi telinga para pemimpin dan para pemilih yang

mendengarkannya. Dan lebih sulit lagi untuk melaksanakannya dalam bentuk cara yang memuaskan semua orang termasuk mereka anggap klien.

Ilmuan penganut aliran *top down* salah satunya adalah George C. Edward III. Model Implementasi kebijakan yang dikembangkan oleh George C. Edward III yang menamakan model implementasi kebijakan publiknya dengan *Direct and Indirect Impact On Implementation* dalam Agustino (2006 : 149) dimana terdapat empat variabel yang sangat menentukan keberhasilan implementasi suatu kebijakan yaitu : (1) Komunikasi, (2) Sumberdaya, (3) Disposisi, (4) Struktur Birokrasi. Gambaran Implementasi kebijakan menurut George C. Edward III merupakan salah satu model daripada implementasi kebijakan secara lebih rinci dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Variabel pertama yang mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan, menurut George C. Edward III, adalah komunikasi. Komunikasi, menurutnya lebih

lanjut, sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan dari implementasi kebijakan publik. Implementasi yang efektif terjadi apabila para pembuat keputusan sudah mengetahui apa yang akan mereka kerjakan. Pengetahuan atas apa yang akan mereka kerjakan dapat berjalan bila komunikasi berjalan dengan baik, sehingga setiap keputusan kebijakan dan peraturan implementasi harus ditransmisikan (atau dikomunikasikan) kepada bagian personalia yang tepat. Selain itu, kebijakan yang dikomunikasikan pun harus tepat, akurat, dan konsisten. Komunikasi (atau pentransmisiian informasi) diperlukan agar para pembuat keputusan di dan para implementor akan semakin konsisten dalam melaksanakan setiap kebijakan yang akan diterapkan dalam masyarakat.

Variabel atau faktor kedua yang mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan adalah sumberdaya. Sumberdaya merupakan hal penting lainnya, menurut George C. Edward III dalam Agustino (2006 : 151) dalam mengimplementasikan kebijakan. Indikator sumber-sumberdaya terdiri dari beberapa elemen, yaitu staff, informasi, wewenang dan fasilitas.

Variabel ketiga yang mempengaruhi tingkat keberhasilan implementasi kebijakan

publik, bagi George C. Edwards III, adalah disposisi. Disposisi atau sikap dari pelaksana kebijakan adalah faktor penting ketiga dalam pendekatan mengenai pelaksanaan suatu kebijakan publik. Jika pelaksanaan suatu kebijakan ingin efektif, maka para pelaksana kebijakan tidak hanya harus mengetahui apa yang akan dilakukan tetapi juga harus memiliki kemampuan untuk melaksanakannya, sehingga dalam praktiknya tidak terjadi bias.

Variabel keempat, menurut Edward III, yang mempengaruhi tingkat keberhasilan implementasi kebijakan publik adalah struktur birokrasi. Walaupun sumber-sumber untuk melaksanakan suatu kebijakan tersedia, atau para pelaksana kebijakan mengetahui apa yang seharusnya dilakukan, dan mempunyai keinginan untuk melaksanakan suatu kebijakan, kemungkinan kebijakan tersebut tidak dapat terlaksana atau terealisasi karena terdapatnya kelemahan dalam struktur birokrasi. Kebijakan yang begitu kompleks menuntut adanya kerjasama banyak orang, ketika struktur birokrasi tidak kondusif pada kebijakan yang tersedia, maka hal ini akan menyebabkan sumberdaya-sumberdaya menjadi tidak efektif dan menghambat jalannya kebijakan.

E. Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe Penelitian eksplanatori atau penjelasan, yaitu penelitian yang tipe penelitian ini menyoroti hubungan antara variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Populasinya adalah seluruh pegawai di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang.

Pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik random sampling yaitu dimana semua individu diberi kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini Penulis menggunakan skala pengukuran administrasi yaitu skala ordinal karena melakukan ukuran yang berbentuk peringkat, variabel-variabel yang akan diukur dijabarkan dengan indikator variabel kemudian sebagai acuan pembuatan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner, yang jawabannya diurutkan sesuai kategori dari yang berbobot rendah hingga tinggi, data yang diperoleh dari responden dikodekan yang kemudian diberikan skor. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif. Kemudian dalam menguji hipotesis yang telah di buat dalam penelitian ini dilakukan pengujian hipotesis

berdasarkan skala atau data ordinal, lalu menggunakan rumus koefisien korelasi rank kendall dan koefisien konkordansi kendall.

HASIL PENELITIAN

1. Sebagian besar responden memiliki implementasi kebijakan yang baik, yaitu sebesar 76,7% (23 orang), bahkan terdapat sejumlah 10% (3 orang) responden lainnya tergolong memiliki implementasi kebijakan yang kurang baik. Terakhir terdapat 13,3% (4 orang) responden yang termasuk memiliki tingkat implementasi kebijakan yang sangat baik.
2. Sebagian besar responden memiliki sikap yang sangat baik, yaitu sebesar 66,7% (20 orang), akan tetapi terdapat sejumlah 10% (3 orang) responden lainnya tergolong memiliki sikap yang kurang baik. Terakhir terdapat 23,3% (7 orang) responden yang termasuk memiliki sikap yang baik.
3. Sebagian besar responden memiliki komunikasi yang sangat baik, yaitu sebesar 46,7% (14 orang), akan tetapi terdapat sejumlah 10% (3 orang) responden lainnya tergolong memiliki komunikasi yang rendah atau buruk. Terakhir terdapat 43,3%

(13 orang) responden yang termasuk memiliki komunikasi yang sedang atau belum baik.

Hasil Uji Rank Kendall berdasarkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Memerlihatkan koefisien korelasi antara variabel sikap (X_1) dengan variabel implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Y) yaitu: H_0 ditolak karena nilai r -hitung (0.338) > r -tabel (0.255) atau Sig. (0.016) < α (0.05). Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel sikap (X_1) dengan variabel implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Y). Sementara koefisien korelasi antara variabel komunikasi (X_2) dengan variabel implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Y) yaitu: H_0 ditolak karena nilai r -hitung (0.405) > r -tabel (0.255) atau Sig. (0.004) < α (0.05). Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel komunikasi (X_2) dengan variabel implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Y).

Hasil perhitungan diperoleh hasil konkordansi sebesar 0,832 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa ketiga variabel tersebut terdapat hubungan. Untuk menguji

signifikansi Koefisien Konkordansi Kendall (W) dapat dilihat dari nilai Chi-Square sebesar 49,897.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tahap analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dijelaskan mengenai hubungan sikap dan komunikasi terhadap Implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame di Kota Semarang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Y) oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang dapat dikategorikan baik dapat dilihat dari hasil rata-rata rekapitulasi variabel Implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame sebesar 2,91 yang berada pada interval 2,51 – 3,25. Sebanyak 76,7% pegawai menyatakan bahwa kinerja pegawai baik, sebanyak 13,3% pegawai menyatakan kinerja pegawai sangat baik, sebanyak 10% pegawai menyatakan kinerja pegawai dianggap kurang baik, dan sisanya 0% pegawai menyatakan tidak baik.
2. Variabel Sikap (X1) oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah

Kota Semarang dapat dikategorikan baik dapat dilihat dari hasil rata-rata rekapitulasi variabel sikap sebesar 3,18 yang berada pada interval 2,51 – 3,25. Sebanyak 66,7% pegawai menyatakan bahwa sikap yang sangat baik, jawaban pegawai menyatakan baik sebanyak 23,3%, jawaban pegawai menyatakan kurang baik sebanyak 10%, dan sisanya 0% menyatakan tidak baik. Hasil perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS memperlihatkan variabel sikap (X1) dengan implementasi Perda No.6 Tahun 2011 terdapat hubungan positif yang signifikan. Hal ini dibuktikan dari uji signifikansi Rank Kendall 5% bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara variabel sikap (X1) terhadap variabel Implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Y) sehingga hipotesis diterima. Sedangkan Koefisien Determinasi (KD) sebesar $r\text{-hitung}^2 \times 100\% = 0,338^2 \times 100\% = 11,4\%$ dan sisanya sebesar 88,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Variabel Komunikasi (X2) oleh Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang dapat dikategorikan baik dapat dilihat dilihat dari hasil rata-rata rekapitulasi variabel komunikasi sebesar 3,15 yang berada pada interval 2,51 –

3,25. Sebanyak 46,7% pegawai menyatakan bahwa komunikasi sangat baik, jawaban pegawai menyatakan baik sebanyak 43,3%, jawaban pegawai menyatakan kurang baik sebanyak 10%, dan sisanya 0% menyatakan tidak baik. Hasil perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS memperlihatkan variabel komunikasi (X₂) dengan implementasi Perda No.6 Tahun 2011 terdapat hubungan positif yang signifikan. Hal ini dibuktikan dari uji signifikansi Rank Kendall 5% bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara variabel komunikasi (X₂) terhadap variabel Implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Y) sehingga hipotesis diterima. Sedangkan Koefisien Determinasi (KD) sebesar $r\text{-hitung}^2 \times 100\% = 0,405^2 \times 100\% = 16,4\%$ dan sisanya sebesar 83,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

4. Variabel Sikap (X₁) dan Variabel Komunikasi (X₂) secara bersamaan terdapat hubungan positif antara keduanya terhadap Implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Y) sebesar 0,405 dengan koefisien determinasi sebesar 69,2%.
5. Implementasi kebijakan pajak reklame di Kota Semarang tergolong baik, hal

tersebut dapat dibuktikan berdasarkan tingginya kompetensi aparat DPKAD Kota Semarang yang merasa sudah pengalaman dalam melaksanakan penertiban, mengatur penyelenggaraan reklame dan melakukan pemungutan pajak reklame sesuai dengan Perda No. 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.

6. Sikap aparat terhadap kebijakan pajak reklame tergolong baik, hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan kemampuan aparat DPKAD Kota Semarang yang sudah mengerti prosedur pajak reklame bila terdapat wajib pajak yang melapor dan mengurus mekanisme pajak reklame, selain itu wajib pajak juga menunjukkan sikap percaya bahwa Perda No. 6 Tahun 2011 dapat memberikan kepastian hukum dan menunjukkan sikap setuju dengan segala ketentuan yang terdapat pada Perda No. 6 Tahun 2011.
7. Komunikasi aparat terhadap kebijakan pajak reklame tergolong efektif, hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan ketersediaan sarana penyebaran informasi yang memadai sehingga wajib pajak lancar dalam menerima setiap informasi yang terbaru mengenai prosedur pajak reklame secara lengkap dan jelas, selain itu tingkat pemahaman

aparatur kebijakan terhadap informasi yang diperintahkan oleh atasan mengenai pelaksanaan Perda No. 6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame sudah berjalan baik.

Saran

Saran yang bisa penulis berikan berkaitan dengan temuan-temuan yang diperoleh dari hasil penelitian dan adanya beberapa hambatan dalam Implementasi Perda No.6 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, berikut disajikan saran-saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kinerja pegawai di Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Semarang perlu ditingkatkan dengan cara melaksanakan diklat yang lebih intensif, karena berdasarkan hasil penelitian tingkat intensitas pengadaan diklat di DPKAD Kota Semarang masih dalam kategori jarang. Pengadaan diklat yang lebih intensif diharapkan dapat merubah pegawai menjadi lebih kompeten untuk menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan kerjanya. Sehubungan dengan seringnya kendala yang dihadapi aparat dan tingginya tingkat kesulitan dalam menghadapi

kendala tersebut, serta meningkatnya jumlah wajib pajak reklame setiap tahun yang mengakibatkan pekerjaan aparat kebijakan semakin kompleks.

2. Sikap wajib pajak reklame yang sudah memiliki pengetahuan cukup akan sanksi keterlambatan tidak dibarengi oleh sikap yang sesuai dari wajib pajak yang taat terhadap peraturan. Hal ini dapat dibuktikan dari masih banyaknya kasus keterlambatan atau kelalaian wajib pajak dalam membayar pajak reklame. Sikap seperti ini perlu diperbaiki, DPKAD Kota Semarang perlu memberikan penghargaan (*reward*) kepada wajib pajak yang berprestasi dalam pembayaran pajaknya dengan maksud sebagai stimulus agar para wajib pajak berlomba-lomba untuk tertib dalam membayar pajak reklame.
3. Pada praktiknya berdasarkan hasil penelitian, penyuluhan atau sosialisasi yang dilakukan aparat DPKAD Kota Semarang kepada wajib pajak hanya dilakukan sekali dalam kurun waktu satu bulan. Hal ini menurut pendapat penulis masih tergolong jarang. Kurangnya penyuluhan yang dilakukan aparat diduga karena belum adanya insentif khusus yang diberikan bagi aparat pelaksana kebijakan sehingga hal

tersebut dilakukan atas dasar tanggung jawab pegawai. Dengan adanya insentif khusus diharapkan akan memberikan motivasi dan gairah kerja lebih kepada aparat DPKAD Kota Semarang untuk memberikan penyuluhan yang lebih intensif kepada wajib pajak. Hal ini bertujuan agar wajib pajak lebih memahami arti penting membayar pajak, khususnya pajak reklame.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, Leo. (2014). *Dasar-dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta
- Creswell, John W. (2013). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Dunn, William N. (2000). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Indiahono, Dwiyanto. (2009). *Kebijakan Publik : Berbasis Dynamic Policy Analisis*. Yogyakarta :Gava Media
- Jones, Charles O. (1996). *Pengantar Kebijakan Publik*, PT. Raja Grafindo Persada.
- Mardiasmo, (2008), *Perpajakan Edisi Revisi*. Yoyakarta: CV Andi Offset.
- Marihot P, Siahn. (2008). *Pajak Daerah & Restribusi Daerah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nugroho, Dr. Riant. (2013). *Metode Penelitian Kebijakan*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Pasolong, Harbani. (2011). *Teori Administrasi Publik*.Bandung : Alfabeta
- Purwanto, Erwan Agus. Sulistyastuti, Dyah Ratih. (2012). *Implementasi Kebijakan Publik : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media
- Subarsono, Drs. AG. (2012). *Analisis Kebijakan Publik : Konsep, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Syafiie, Inu Kencana. (2006). *Ilmu Administrasi Publik*.Jakarta : Rineka Cipta
- Wahab, Dr. Solichin Abdul. (2008).*Analisis Kebijaksanaan : Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijaksanaan Negara*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Wibawa, Samodra. (1994). *Evaluasi Kebijakan Publik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Winarno, Prof. Drs. Budi. (2012). *Kebijakan Publik : Teori, Proses dan Studi Kasus*. Yogyakarta : C A P S