



# Implementasi Kebijakan Pajak Reklame pada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung Barat

## *Implementation of the Advertising Tax Policy at the Regional Financial Management Agency of West Bandung Regency*

Thomas Bustomi

Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Universitas Pasundan, Bandung Indonesia

### ARTIKEL INFO

\* Corresponding author;  
[thomas.bustomi@unpas.ac.id](mailto:thomas.bustomi@unpas.ac.id)

**Kata Kunci:**  
implementasi kebijakan;  
pajak reklame;

**Keywords:**  
policy implementation;  
advertisement tax;

**DoI:**  
<https://doi.org/10.22487/jpag/v3i1.137>

### ABSTRAK

Reklame hadir ditengah-tengah kehidupan masyarakat yang semakin massif, baik melalui media elektronik, media cetak maupun secara fisik terpampang dalam ruang gerak sehari-hari. Kehadirannya, tanpa disadari oleh publik seolah-olah sebagai pelengkap tataruang saja, namun, dibalik itu tersimpan potensi pajak sebagai salah satu tulang-punggung otonomi daerah dalam bidang pendapatan asli daerah. Salah satu ruang di wilayah Kabupaten Bandung Barat di Kecamatan Padalarang banyak terhampar secara fisik kehadiran reklame, mulai dari kebutuhan primer dan sekunder, disisi lain terlihat pengeloannya terutama pemasukan pajaknya belum optimal (BAPENDA KBB, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana proses implementasi kebijakan pajak reklame yang membahas bagaimana proses implementasi kebijakan pajak reklame yang dilaksanakan oleh BPKD Kabupaten Bandung Barat. Metode penelitian menggunakan pendekatan analisis kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif survey. Teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan, wawancara dan observasi. Informan penelitian ini adalah Kepala Bidang Pajak Daerah I, juga beberapa staff dan instansi yang terkait. Teknis analisis data menggunakan reduksi, sajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian, terdapat faktor penghambat dalam implementasi kebijakan penerapan pajak reklame yakni pada indicator penyampaian dan kejelasan komunikasi, keterbatasan jumlah sumberdaya yang dimiliki dan kurangnya sosialisasi. Adapun upaya yang dilakukan diantaranya melakukan koordinasi antar instansi terkait sehingga dapat mendukung dan memaksimalkan upaya pelaksanaan kebijakan serta meningkatkan sosialisasi kepada elemen-elemen yang berkepentingan.

Billboards are present in the midst of increasingly massive people's lives, either through electronic media, printed media or physically displayed in their daily movement. Its presence, without realizing it by the public, is as if it were a spatial complement, however, behind it is the potential for taxes as one of the backbones of regional autonomy in the area of regional original income. One of the spaces in the West Bandung Regency area in Padalarang District is the physical presence of billboards, ranging from primary and secondary needs, on the other hand, it can be seen that the management, especially the tax revenue, has not been optimal (BAPENDA KBB, 2019). This study aims to describe and analyze how the advertisement tax policy implementation process that discusses how the advertisement tax policy implementation process carried out by BPKD West Bandung Regency. The research method used a qualitative analysis approach using a descriptive survey research method. Data collection techniques through library research, interviews and observations. The informants of this research are the Head of Regional Tax I, as well as several related staff and agencies. The data analysis technique uses reduction, data presentation, and verification. The results of the study, there are inhibiting factors in the implementation of the advertisement tax implementation policy, namely the indicators of delivery and clarity of communication, limited number of resources owned and lack of socialization. The efforts made include coordination between related agencies so that they can support and maximize efforts to implement policies and increase socialization to interested elements.



## PENDAHULUAN

Negara Indonesia saat ini sedang giat-giatnya mendorong pertumbuhan ekonomi. Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerintah harus gencar melakukan pembangunan secara merata di berbagai sektor. Dalam mencapai pembangunan yang merata, diperlukan campur tangan dari setiap daerah dikarenakan kondisi geografis Indonesia yang terdiri dari pulau-pulau (Korengkeng et al., 2017). Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 sebagai penyempurna UU Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pokok-pokok Pemerintahan Daerah dan UU Nomor 33 Tahun 2004 sebagai perubahan atas UU Nomor 29 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah. Setiap daerah diberi wewenang yang lebih luas untuk menggali, mengelola dan menggunakan sumber-sumber daya alam serta potensi-potensi lain yang terdapat di daerahnya sendiri, guna menunjang kelancaran pelaksanaan pembangunan dan pemerintahannya (Yulia, 2020). Ditetapkannya perundang-undangan tersebut memberikan peluang dan kesempatan yang lebih besar kepada daerah untuk dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki, baik itu berupa sumber daya manusia, sumber daya alam, dana, maupun sumber daya lain yang termasuk kepada kekayaan yang dimiliki oleh daerah (Daswati, Samad, et al., 2020). Maka dari itu pemerintah daerah dituntut harus mampu mengelola setiap urusan mengenai keuangan daerah termasuk memaksimalkan potensi sumber-sumber penerimaan daerah dalam rangka menyukseskan pembangunan yang dilakukan di daerah. Permasalahan umum yang dihadapi oleh pemerintah daerah yakni terletak pada sumber pendapatan daerah. Dimana sumber pendapatan daerah tersebut selain diperuntukkan untuk pembiayaan rutin, pemerintah daerah pun berkewajiban melaksanakan pembangunan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimiliki oleh daerah.

Untuk menunjang keberhasilan pembangunan daerah khususnya, dan umumnya pembangunan nasional diperlukan sumber pendapatan yang besar, salah satunya memaksimalkan potensi pada sektor perpajakan. Karena sektor pajak dianggap sumber pendapatan paling aman dalam pembiayaan pembangunan. Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran pemerintahan baik rutin maupun pembangunan (Wulan Purnama Sari, 2020). Menurut Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak daerah dan Retribusi 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 (Erawati & Hurohman, 2017). Pendapatan daerah dapat berasal dari pendapatan asli daerah sendiri, pendapatan asli daerah yang berasal dari pembagian pendapatan asli daerah, dana perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, pinjaman daerah, dan pendapatan daerah lainnya yang sah (Yulia, 2020). Objek pajak daerah terdiri dari dua yaitu pajak daerah provinsi dan pajak daerah kabupaten/kota yang salah satu dari objek pajaknya adalah pajak reklame (Kumala, 2019). Mengacu pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah pasal 157 sumber pendapatan daerah terdiri dari:

1. Pendapatan Asli Daerah yang selanjutnya disebut PAD, yaitu:
  - a. Hasil pajak daerah;
  - b. Hasil retribusi daerah;
  - c. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; dan
  - d. Lain-lain PAD yang sah
2. Dana Perimbangan;
  - a. Dana bagi hasil;
  - b. Dana alokasi umum; dan
  - c. Dana alokasi khusus.
3. Lain-lain pendapatan daerah yang sah.

PAD adalah pendapatan daerah yang murni yang bersumber dari tempat sendiri dan perlu untuk terus ditingkatkan penerimaannya, hal ini untuk membantu menyokong sebagian biaya yang diperlukan dalam penyelenggaraan pemerintahan dan kegiatan pembangunan yang semakin meningkat dari masa ke masa (Hebimisa et al., 2017). Pendapat lain mengatakan PAD merupakan penerimaan yang diperoleh daerah dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan



peraturan perundang-undang yang berlaku (Sarundayang et al., 2018). PAD yang besar menggambarkan keberhasilan usaha-usaha yang dilakukan dan atau tingkat kemampuan daerah dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dalam rangka mewujudkan pembangunan. Peraturan daerah Kabupaten Bandung Barat nomor 12 tahun 2016 tentang pajak daerah pasal 1 menyebutkan bahwa Pajak Daerah adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau Badan yang bersifat memaksa berdasarkan peraturan perundangan-undangan, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat daerah. Kabupaten Bandung Barat melalui Badan Pengelolaan Keuangan Daerah atau BPKD berusaha mengoptimalkan potensi sumber-sumber pendapatan daerah khususnya pada penerimaan sektor pajak daerah. Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung Barat merupakan Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah Daerah yang melaksanakan fungsi penunjang Urusan Pemerintahan bidang keuangan daerah. Jenis pajak daerah yang diatur dalam Peraturan daerah Kabupaten Bandung Barat nomor 12 tahun 2016 tentang pajak daerah, antara lain:

1. Pajak hotel;
2. Pajak restoran;
3. Pajak reklame;
4. Pajak hiburan;
5. Pajak penerangan jalan;
6. Pajak mineral bukan logam dan batuan;
7. Pajak parkir; dan
8. Pajak air tanah.

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan 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, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum (Primandari & Dahlia, 2020). Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame (Dyah et al., 2017). Pendapatan pajak daerah melalui pajak reklame mengalami kenaikan pendapatan dari tahun anggaran 2017 sebesar Rp. 2.291.312.025,- menjadi Rp. 3.989.031.305,- pada tahun anggaran 2018 atau mengalami kenaikan sebesar 74,09%. Kenaikan pendapatan tersebut ditunjang dengan bertambahnya wajib pajak dari tahun anggaran 2017 yang berjumlah 970 wajib pajak menjadi 1057 wajib pajak. Meskipun terjadi peningkatan pendapatan daerah pada sektor pajak daerah, tidak dapat dipungkiri masih terdapat sejumlah permasalahan. Masalah mendasar yang sering dialami oleh pemerintah daerah yakni upaya meningkatkan PAD untuk bisa menyelenggarakan otonomi daerah dengan memiliki kewenangan yang luas, bertanggung jawab melalui pengaturan, pembagian dan pemanfaatan sumber daya secara optimal. Adapun permasalahan di lapangan yaitu terdapat banyak reklame yang dipasang tanpa izin, reklame yang tetap terpasang meskipun masa berlakunya sudah habis dan reklame yang menyalahi aturan masih tetap terselenggara, kemudian dalam hal pembayaran yang dilakukan oleh wajib pajak masih belum maksimal. Sumber daya aparatur yang kurang dan minimnya koordinasi antara lembaga terkait terhadap banyaknya reklame yang tidak berizin menyebabkan pendapat daerah tidak optimal. Mengacu pada pernyataan yang dikemukakan Thomas Bustomi (2016) bahwa upaya peningkatan kualitas pelayanan harus dilaksanakan secara konsisten dengan memperhatikan kebutuhan dan harapan masyarakat, sehingga pelayanan pemerintah kepada masyarakat dapat selalu diberikan secara cepat, tepat, murah, terbuka, sederhana, dan mudah dilaksanakan serta tidak diskriminatif.



## METODE

Istilah "metode penelitian" mengacu pada bagaimana memecahkan masalah, dan itu termasuk pendekatan ilmiah (Salmon, 2019). Metode Penelitian menjelaskan tentang bagaimana menyelesaikan masalah, termasuk metode analitis (Salmon, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif (Pasinringi, 2020). Penelitian kualitatif dipilih karena dianggap mampu menjembatani penulis untuk mengelaborasi fenomena lapangan (data penelitian) berdasarkan teori yang digunakan sehingga dapat dieksplanasi secara menyeluruh dan mendalam keseluruhan fenomena yang terkait dengan penelitian (Daswati, Hajar Anna Patunrangi, et al., 2020). Dalam penelitian kualitatif terdapat proses pengupayaan penting, diantaranya mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, mengajukan berbagai pertanyaan dan prosedur, menafsirkan makna data dan menganalisis data secara induktif. Laporan akhir atau hasil dari penelitian kualitatif ini memiliki kerangka yang fleksibel. Siapa pun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menterjemahkan kompleksitas suatu persoalan (diadaptasi dari Creswell, 2007). Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah observasi dan wawancara, dokumentasi, gambar dan upaya merancang protocol melalui perekaman, baik audio maupun visual dan mencatat informasi. Pengumpulan data merupakan bagian penting dalam sebuah proses penelitian. Dengan menganalisis dan mengkomparasikan beberapa teori dan konsep terkait (Arifin, 2019). Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kehadiran data dalam konteks penelitian akan bersentuhan dengan strategi dalam memahami sasaran penelitian. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan analisis data kualitatif bisa melibatkan proses pengumpulan data, interpretasi, dan pelaporan hasil secara serentak dan bersamaan. Seperti ketika melakukan wawancara, peneliti sambil lalu melakukan analisis terhadap data-data yang baru saja diperoleh dari wawancara tersebut, menulis catatan kecil yang kemudian dapat dimasukkan sebagai narasi dalam laporan akhir. Analisis data melibatkan pengumpulan data yang terbuka, yang didasarkan pada berbagai pertanyaan umum, dan analisis informasi dari para partisipan.

## HASIL DAN DISKUSI

Landasan yuridis yang digunakan dalam implementasi kebijakan pajak reklame adalah Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat nomor 12 tahun 2016 tentang Pajak Daerah dan Peraturan Bupati Bandung Barat Nomor 74 Tahun 2017 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame, yang direalisasikan oleh Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung Barat yang selanjutnya disingkat menjadi BPKD Kabupaten Bandung Barat melalui program peningkatan pengembangan pengelolaan keuangan daerah dalam rangka mewujudkan peningkatan pendapatan daerah yang selaras dengan sasaran pertama BPKD Kabupaten Bandung Barat yakni meningkatnya penerimaan sektor pajak. Penelitian kali ini berfokus pada bagaimana proses implementasi kebijakan pajak reklame yang dilaksanakan oleh BPKD Kabupaten Bandung Barat, khususnya pada wilayah Kecamatan Padalarang. Kecamatan Padalarang dinilai memiliki kontribusi dan potensi yang besar dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kabupaten Bandung Barat dalam sektor penerimaan pajak reklame. Hal tersebut cukup beralasan mengingat wilayah Kecamatan Padalarang termasuk kedalam rencana tata ruang wilayah Kabupaten Bandung Barat tahun 2009-2029. Rencana tata ruang wilayah tersebut menetapkan Kecamatan Padalarang sebagai pusat wilayah pengembangan, dan pusat pertumbuhan dengan fungsi utama sebagai kawasan pemerintaham, perumahan dan pemukiman, konservasi, pertanian, industri, perdagangan dan jasa.

Berdasarkan rencana tata ruang wilayah Kabupaten Bandung Barat 2009-2029, juga ditetapkan kawasan strategis. Kawasan strategis Kabupaten Bandung Barat terdiri atas tiga (3) jenis fungsi kepentingan, yaitu kepentingan sosial ekonomi, kepentingan sumberdaya alam dan teknologi, serta kepentingan daya dukung lingkungan hidup. Kecamatan Padalarang termasuk kedalam kawasan strategis dengan fungsi sosial ekonomi, itu menunjukkan bahwa Kecamatan Padalarang memiliki potensi dalam memberikan pendapatan penerimaan sektor pajak reklame yang cukup besar karena berada dikawasan perkotaan dan pusat pemerintahan. Proses implementasi kebijakan pajak reklame diawali dengan pendaftaran dan pendataan Wajib Pajak Reklame yang merupakan proses pengumpulan data subjek maupun objek pajak reklame yang diperuntukkan untuk



melakukan penilaian dan penetapan jumlah pajak reklame serta jumlah pemasukan yang dimiliki oleh setiap Wajib Pajak Reklame sebagai dasar penetapan pajak reklame yang akan atau sudah mereka selenggarakan. Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung Barat dalam melakukan pendaftaran dan pendataan wajib pajak reklame menggunakan sistem *official assessment* yang merupakan kewenangan aparatur dalam mengelola pajak yang akan dikenakan kepada para wajib pajak.

Dalam sistem ini, inisiatif dan kegiatan menghitung serta memunguk pajak diatur oleh aparatur Bidang Pajak Daerah I. Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Bandung Barat juga memberlakukan sistem pemungutan pajak *self assessment* yakni dengan memberikan kewenangan kepada setiap wajib pajak untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dalam sistem ini wajib pajak dianggap mampu untuk menghitung pajak, mampu memahami standar operasional prosedur peraturan pajak yang berlaku, dan mempunyai reputasi kejujuran yang tinggi, serta menyadari pentingnya membayar pajak untuk kontribusi pendapatan asli daerah Kabupaten Bandung Barat. Peneliti menganalisis berdasarkan data yang ada dan temuan dilapangan bahwa penerapan kedua sistem pemungutan pajak baik itu sistem *official assessment* dan sistem *self assessment* khususnya pada sektor penerimaan pajak reklame oleh BPKD Kabupaten Bandung Barat cukup berhasil dilaksanakan. Peneliti menemukan bahwa penerimaan pajak reklame pada tahun anggaran 2017 di Kecamatan Padalarang berkontribusi besar terhadap penerimaan pajak reklame secara keseluruhan di wilayah Kabupaten Bandung Barat, yakni sebesar 25,44%. Angka tersebut didapatkan dari jumlah pendapatan pajak reklame di Kecamatan Padalarang yakni sebesar, Rp. 538.112.123,- rupiah dibagi seluruh penerimaan pajak reklame di wilayah Kabupaten Bandung Barat yakni sebesar, Rp. 2.291.312.025,- rupiah kemudian dikali seratus (100) persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kecamatan Padalarang memiliki potensi penerimaan pajak dalam sektor pajak reklame yang cukup mumpuni.

Namun peneliti belum mendapatkan data berapa jumlah penerimaan pajak reklame pada tahun anggaran 2018 karena masih dalam proses perhitungan oleh BPKD Kabupaten Bandung Barat. Proses implementasi kebijakan pajak reklame di Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat pada praktek dan capaian penerimaan pajak reklame sudah berjalan sebagaimana mestinya. Namun peneliti menemukan masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh BPKD Kabupaten Bandung Barat baik antara stake holders dengan share holder yang menjadi hambatan proses implementasi kebijakan pajak reklame. Peneliti menganalisa berbagai kendala tersebut merupakan kendala yang mendasar yang termuat dalam alur kerangka pemikiran peneliti yakni, komunikasi dan struktur organisasi yang saling berhubungan dan memberikan kontribusi terhadap sumber daya dan disposisi. Kemudian sumber daya dan disposisi yang saling berhubungan dan menentukan berhasil tidaknya proses implementasi kebijakan yang diselenggarakan. Faktor faktor tersebut akan peneliti jelaskan dan dianalisa sebagai berikut:

#### 1. Komunikasi

Faktor pertama yang menjadi kendala dalam proses implementasi kebijakan pajak reklame di Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat yakni komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan. Dalam hal ini, komunikasi kebijakan dilakukan oleh pembuat kebijakan kepada pelaksana kebijakan dan disampaikan juga kepada kelompok sasaran kebijakan atau pihak lain yang memiliki kepentingan. Komunikasi menentukan keberhasilan pencapaian dari tujuan implementasi kebijakan publik. Selain itu, kebijakan yang dikomunikasikan pun harus tepat, akurat dan konsisten.

#### 2. Struktur Birokrasi

Struktur birokrasi merupakan pembagian tugas dan tanggung jawab kepada tiap-tiap SKPD atau instansi yang terkait dalam proses implementasi Peraturan Bupati Bandung Barat nomor 74 tahun 2017 tentang tata cara pemungutan pajak reklame. Menjelaskan bagaimana kedudukan, tugas, dan fungsi yang dialokasikan kepada tiap-tiap SKPD. Hal tersebut menandakan bahwa struktur birokrasi merupakan salah satu indikator dalam keberhasilan implementasi kebijakan pajak reklame ini. Peneliti mengobservasi bahwa struktur birokrasi berdampak terhadap cara kerja setiap SKPD yang terkait dalam kebijakan ini untuk melaksanakan tugasnya masing-masing. Karena ketika arah dan strategi



tiap-tiap SKPD secara menyeluruh sudah ditetapkan dan struktur birokrasi telah dibentuk. maka tinggal memperhatikan bagaimana tiap-tiap SKPD tersebut menjalankan tugas pokok dan fungsinya masing-masing sesuai dengan peraturan yang berlaku.

### 3. Sumber Daya

Sumber daya dalam implementasi kebijakan merupakan kebutuhan mutlak yang harus dilaksanakan pada setiap organisasi melalui perwujudan dan interaksi yang sinergis, sistematis dan terencana. Sumber daya meliputi sumber daya manusia, sumber daya anggaran, dan sumber daya fasilitas. Sumber daya manusia berkaitan dengan kecakapan pelaksana kebijakan publik untuk mengimplementasikan kebijakan secara efektif. Ketersediaan sumberdaya merupakan syarat mutlak keberhasilan dalam implementasi kebijakan. Berdasarkan temuan dilapangan bahwa ketersediaan jumlah sumber daya manusia yang dimiliki oleh BPKD Kabupaten Bandung Barat khususnya di Bidang Pajak Daerah I belum memadai dan masih sangat kurang. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan key informant yang menunjukkan bahwa jumlah pegawai atau staff pelaksana kebijakan pajak reklame masih sangat kurang sehingga berpengaruh terhadap keberhasilan dalam implementasi kebijakan.

### 4. Disposisi

Disposisi pada penelitian ini mengenai komitmen. Komitmen dibuktikan dengan melihat alasan implementor untuk dapat melaksanakan implementasi kebijakan, tujuan yang ingin dicapai, dan perubahan yang telah dicapai para pelaksana kebijakan dalam implementasi kebijakan pajak reklame berdasarkan Peraturan Bupati Bandung Barat nomor 74 tahun 2017 tentang Tata Cara Pemungutan Reklame. Komitmen adalah keputusan yang harus dicapai, sikap tersebut harus dimiliki oleh para paratur pelaksana kebijakan karena ketika memiliki komitmen makan akan dapat melaksanakan kebijakan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan tanpa menyelewengkan tugas atau pekerjaan apapun.

## KESIMPULAN

Berdasarkan data uraian di atas peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai proses implementasi kebijakan pajak reklame yang dilakukan oleh BPKD Kabupaten Bandung Barat dalam memanfaatkan potensi penerimaan pajak reklame di Kecamatan Padalarang sudah berjalan dengan baik hal tersebut dilihat dari kontribusi penerimaan pajak reklame sebesar 25% dari keseluruhan wilayah di Kabupaten Bandung Barat, namun belum optimal dari pelaksanaan indikator. Hal tersebut dikarenakan belum diterapkannya beberapa indikator penunjang proses implementasi kebijakan pajak reklame sehingga belum dapat memanfaatkan potensi penerimaan pajak reklame secara maskimal. Indikator yang menyebabkan proses implementasi kebijakan pajak reklame belum optimal adalah penyampaian komunikasi yang dilakukan oleh implementator tidak merata dan tidak memiliki kejelasan khususnya kepada masyarakat sehingga mengurangi peran serta masyarakat dalam pengawasan implementasi kebijakan pajak reklame. Kemudian dari indikator yang dipengaruhi oleh komunikasi dan struktur birokrasi yakni, sumber daya baik itu manusia, anggaran maupun fasilitas sudah dimiliki, namun belum memadai dari segi kuantitas dan perlu adanya peningkatan dibagian teknologi agar dapat memaksimalkan potensi penerimaan pajak reklame di Kecamatan Padalarang.



## REFERENSI

- Arifin, I. (2019). Analisis Penerapan Demokrasi Politik Pemerintahan dan Kesejahteraan Sosial di Indonesia. *Journal of Public Administration and Government*, 1(2), 55–61.
- Daswati, D., Samad, M. A., & Wekke, I. S. (2020). Collaborative Governance in the Management of Integrated Community Shelters Post Disaster (ICS) in the City of Palu. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 5(2), 229–242. <https://doi.org/10.15294/ipsr.v5i2.21602>
- Daswati, Hajar Anna Patunrangi, Syamsidar, & Sukmawati. (2020). Koordinasi Camat Dalam Pengelolaan Kearsipan di Kantor Kecamatan Kasimbar Kabupaten Parigi Moutong. *Journal of Public Administration and Government*, 2(1), 8–13. <https://doi.org/10.22487/jpag.v2i1.34>
- Dyah, W., Bambang, S., & Arief, L. N. (2017). Analisis Sebaran Reklame Billboard Terhadap Lokasi dan Nilai Pajak Reklame Berbasis Sistem Informasi Geografis. *Jurnal Geodesi Undip*, 6(1), 100–109.
- Erawati, T., & Hurohman, M. (2017). Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Penerangan Jalan, Pajak Reklame, dan Retribusi Pelayanan Daerah Kabupaten Bantul ( Studi Kasus di Kabupaten Bantul Periode 2013-2015 ). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta*, 1(2), 22–32.
- Hebimisa, M. T., Sondakh, J. J., & Wangkar, A. (2017). Analisis Efektivitas Dan Kontribusi Penerimaan Pajak Reklame, Pajak Bumi Dan Bangunan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Siau Tagulandang Biaro. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2). <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.18529.2017>
- Korengkeng, R. R., Karamoy, H., & Pontoh, W. (2017). Analisis Potensi, Efektifitas, Efisiensi, Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Penerimaan Pajak Daerah Di Kabupaten Minahasa Utara. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 12(01), 210–219. <https://doi.org/10.32400/gc.12.01.17207.2017>
- Kumala, R. (2019). Analisis efektifitas pajak reklame dalam meningkatkan penerimaan pajak daerah di kota bekasi. *Jurnal Reformasi Administrasi*, 6(1), 38–41.
- Pasinringi, A. (2020). The Performance Of The National Narcotics Agency In Illegal Drugs Prevention Efforts Of Palu City, Central Sulawesi, Indonesia. *Journal of Public Administration and Government*, 2(1), 1–7.
- Primandari, N. R., & Dahlia, E. (2020). Kontribusi dan efektivitas pajak reklame terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Ogan Komering Ulu periode tahun 2013 – 2017. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Manajemen*, 1(2), 123–134. <https://doi.org/10.35912/jakman.v1i2.12>
- Salmon, I. P. P. (2019). Penerapan Collaborative Governance dalam Pengentasan Kumuh dan Isu Pengembangan Potensi Lokal Kawasan Pesisir Kabupaten Tangerang. *Journal of Public Administration and Government*, 1(2), 21–34.
- Sarundayang, M. S., Karamoy, H., & Lambey, R. (2018). Analisis Potensi Dan Efektivitas Penerimaan Pajak Reklame Di Kota Manado. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02), 273–281. <https://doi.org/10.32400/gc.13.02.19269.2018>
- Wulan Purnama Sari, Z. I. (2020). Laju Pertumbuhan Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Reklame dan Pajak Penerangan Jalan dalam PAD Kabupaten Sintang. *Jurnal Produktivitas*, 7, 176–181.
- Yulia, I. A. (2020). Pengaruh Pajak Hiburan Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 333–338. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.385>