

## **IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH NOMOR 10 TAHUN 2014 TENTANG PAJAK REKLAME DI KOTA PALANGKA RAYA**

(Studi Di Dinas Cipta Karya, Tata Ruang dan  
Perumahan Kota Palangka Raya)

Oleh

**Adi Kurniawan**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana pelaksanaan kebijakan terkait dengan pajak reklame serta faktor apa saja yang menjadi kendala dalam pelaksanaan pengelolaan pajak reklame di Kota Palangka Raya. Untuk menganalisis, peneliti menggunakan teori Van Meter dan Van Horn mengenai implementasi kebijakan yang terdiri atas tujuh variabel yaitu standar dan sasaran kebijakan, kinerja kebijakan, sumber daya, komunikasi antar badan pelaksana, karakteristik badan pelaksana, lingkungan sosial, ekonomi dan politik dan sikap pelaksana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi kebijakan terkait pajak reklame mengalami penyesuaian yang berdampak terhadap struktur kerja, tata kelola pajak reklame, sarana prasarana hingga sistem penerimaan pajak sebagai akibat dari adanya nomenklatur dalam pengelolaan kebijakan pajak reklame.

**Kata Kunci:** Implementasi, Pajak, Reklame, Palangka Raya.

### **PENDAHULUAN**

Pembangunan sebagai proses perubahan ke arah yang lebih baik terus dilakukan demi terwujudnya masyarakat Indonesia yang adil dan makmur sesuai dengan yang tertuang di dalam Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 (Rhama & Setiawan, 2020). Demi mewujudkan pembangunan nasional, maka penyusunan program pembangunan dilakukan melalui tatanan yang telah ditentukan dalam Pemerintahan Negara Republik Indonesia. Dalam usaha mencapai tujuan pembangunan tersebut, pemerintah menciptakan tahap-tahap pelaksanaannya, baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pembiayaan, pengawasan dan evaluasi dengan tidak mengesampingkan arti dari peran pihak-pihak lainnya

yang ikut berpartisipasi mensukseskan pembangunan nasional. Kota Palangka Raya sebagai organisasi pemerintah yang dipimpin oleh Walikota sebagai pimpinan unsur Eksekutif, mengeluarkan kebijakan-kebijakan baik baru maupun revisi berupa Peraturan Daerah, Peraturan Walikota, Keputusan Walikota dan lain-lain yang dipandang perlu dalam menyelaraskan kinerja pemerintah dengan kepentingan masyarakat (Setiawan, 2019). Keberhasilan pemerintah dalam pembangunan ditentukan oleh kemampuan seorang pemimpin dalam membuat atau merumuskan kebijakan untuk dilaksanakan oleh para aparatur pemerintah atas kebijakan yang telah diputuskan (Rhama & Setiawan, 2020).

Dinas Cipta Karya, Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya

merupakan pelaksana teknis salah satu unsur kewenangan otonomi dalam jajaran Pemerintah Kota Palangka Raya dimana sebelumnya adalah Dinas Tata Kota, Bangunan dan Pertamanan Kota Palangka Raya berubah berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Palangka Raya. Dinas Cipta Karya, Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya adalah instansi yang berfungsi sebagai pelaksana teknis salah satu pajak daerah, yaitu pajak reklame dan Dinas Pendapatan Daerah sebagai penanggungjawab operasionalnya berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 4 Tahun 2012 tentang Pajak Reklame. Namun sejak dikeluarkannya Peraturan Walikota Palangka Raya Nomor 18 Tahun 2014 Tentang Pelimpahan Sebagian Kewenangan Walikota Palangka Raya di Bidang Izin Mendirikan Bangunan dan Reklame Kepada Dinas Tata Kota, Bangunan dan Pertamanan Kota Palangka Raya dimana sekarang semua urusan terkait perijinan / pelaporan objek pajak, pemungutan dan penetapan Pajak Reklame dilakukan di Dinas Cipta Karya, Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya bukan lagi pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Palangka Raya.

Pemerintah Kota Palangka Raya mengatur Pajak Reklame dalam Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 4 Tahun 2012 Tentang Pajak Reklame. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 91 Tahun 2010, Pemerintah Kota Palangka Raya memberlakukan pemungutan pajak

yang terutang dengan menerbitkan SKPD atau dokumen lain yang dipersamakan. Jadi, walikota atau pejabat yang ditunjuklah yang melakukan perhitungan atau penetapan pajak yang harus dibayarkan oleh wajib pajak.

Kelancaran dan ketertiban dalam penyelenggaraan Pajak Reklame sangat bergantung pada disiplin dan kejujuran para wajib pajak pengguna Reklame karena selama ini masih ada ditemukan pelanggaran-pelanggaran dalam ketentuan pemasangan reklame dengan tidak tercantumnya tanda perizinan dari Dinas Cipta Karya, Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya, Reklame yang masanya sudah lewat / kadaluarsa selain itu ada beberapa reklame milik partai politik / Orang-orang tertentu yang seolah-olah dibiarkan memasang reklame tanpa ijin pada masa kampanye atau pun saat-saat tertentu dan ada juga reklame dalam bentuk selebaran yang dibagikan ataupun ditempel pada fasilitas public namun tidak jelas perizinannya (Wokas & Kobandaha, 2016). Hal ini merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan untuk menilai kinerja dari Dinas Cipta Karya, Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya beserta unsur-unsur di dalamnya sebagai faktor penting dalam implementasi kebijakan ini. Sebab Pajak Reklame merupakan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang sangat potensial dalam mendukung pembiayaan kegiatan pembangunan di Wilayah Kota Palangka Raya.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Implementasi Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 10 Tahun 2014 tentang Pajak Reklame?

2. Faktor apa saja yang mempengaruhi aruhiperan Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 10 Tahun 2014 tentang Pajak Reklame? tanggungjawabnya.

### **Kinerja Kebijakan**

Kinerja kebijakan dalam menerapkan dan menjalankan perda tentang pajak reklame di Kota Palangka Raya menurut Kasi Penataan Prasarana Kota telah berjalan sesuai dengan Perda dimana penerbitan ijin dan penertiban dilakukan sebagai upaya optimalisasi perda serta bersinergi dengan instansi lain seperti Satpol PP dalam melakukan penertiban reklame dan bersinergi dengan Dispenda dalam berkoordinasi mengenai pelaporan pendapatan dari pajak reklame setiap trisemester (Rushananto, 2014). Namun begitu dari masyarakat yang menilai kinerja kebijakan ini masih perlu adanya revisi dari Perda ini karena merasa belum adanya peraturan tentang klasifikasi materi reklame, klasifikasi konstruksi reklame dan pola perhitungan pajak reklame itu sendiri (Politik, 2017).

Hal ini berkaca pada daerah lain yang sudah melakukan klasifikasi dengan membedakan perhitungan reklame berisi materi tentang rokok dengan reklame yang berisi materi biasa. Sehingga perhitungan Pajak Reklame tidak dapat disamaratakan lagi. Kemudian ada pula masyarakat yang merasa bahwa belum mendapatkan sosialisasi langsung tentang Perda ini dan merasa bahwa proses perijinan dan pembayaran pajak reklame ini memakan waktu yang tidak sebentar (Rhama & Setiawan, 2020).

### **Sumber Daya**

Sumber daya manusia yang ada di Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya pada Bidang Perumahan dan Penataan Prasarana Kota Seksi Penataan Prasarana Kota dari segi kualitas sudah memadai karena sebelum diposisikan pada tempatnya sudah mendapatkan

## **PEMBAHASAN**

### **Standar dan Sasaran Kebijakan**

Standar dan Sasaran Kebijakan adalah dasar dari dibuatnya sebuah kebijakan dan targetnya dalam menjalankan kebijakan agar tujuan dari dibuatnya kebijakan dapat berjalan sebagaimana mestinya sesuai dengan keinginan dan tujuan dari pembuat kebijakan. Sehingga apa yang hendak dicapai kedepannya dapat berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Hendaknya juga apa yang menjadi standar dan target suatu kebijakan tersebut juga harus memperhatikan implementor pelaksanaannya, apakah sudah siap atau belum (Rushananto, 2014). Jadi haruslah memiliki komitmen dalam menjalankan kebijakan agar kebijakan yang dibuat dapat berjalan dan mencapai targetnya sehingga tidak sekedar menjadi arsip saja (Bakry, 2010).

Dalam pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Palangka Raya tentang Pajak Reklame ini sendiri, Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya Bidang Perumahan dan Penataan Prasarana Kota Seksi Penataan Prasarana Kota sebagai implementor telah menjalankan pemungutan pajak reklame berdasarkan Perda Nomor 10 Tahun 2014 tentang Pajak Reklame dengan melakukan pungutan pajak pada penyelenggaraan reklame di wilayah Kota Palangka Raya dan pada setiap tahunnya selalu mengejar target PAD yang telah ditetapkan di awal tahun namun begitu tanpa mengabaikan keindahan kota yang tetap diperhatikan karena merupakan salah satu

pelatihan dan menguasai semua tahapan yang ada namun dari segi kuantitas masih kurang karena jumlah staf yang ada jumlahnya masih kurang memadai dan tentu dapat berpengaruh pada kinerjanya sebagai implementor kebijakan dan segi sarana dan prasarana yang menunjang kinerja dari staf yang bekerja pun masih kurang dan untuk mengatasi hal tersebut staf yang bekerja menggunakan inventaris pribadi demi kelancaran dalam bekerja (Bakry, 2010).

### **Komunikasi Antar Badan Pelaksana**

Komunikasi antar badan pelaksana haruslah terjalin dengan baik demi terciptanya sebuah capaian dari tujuan kebijakan yang dibuat. Dengan adanya koordinasi antar badan dalam menjalankan suatu kebijakan dan mengatasi sebuah masalah (Lestari, 2013).

Komunikasi dalam Internal Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya pada Bidang Perumahan dan Penataan Prasarana Kota Seksi Penataan Prasarana Kota sudah berjalan dengan baik sesuai struktur yang ada demi terjalinnya komunikasi yang baik sehingga apabila terjadi masalah dapat dengan mudah ditemukan masalahnya sehingga dapat dibenahi. Sedangkan Komunikasi Eksternal dilakukan dengan Dinas Pendapatan Daerah Kota Palangka Raya setiap trisemester untuk melaporkan pendapatan yang diperoleh Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya dan selalu melakukan rapat koordinasi sebagai bagian dari tugas dan fungsinya dalam menjalankan kebijakan dan juga melakukan evaluasi sehingga ketika terjadi kesimpangan dapat dilakukan pembenahan (Prof, Dr, Mulyadi, Deddy, Drs., 2016).

Dimana sebelumnya hubungan

antara Dinas Cipta Karya, Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya sebagai dinas teknis dengan Dinas Pendapatan Daerah Kota Palangka Raya sebagai penanggung jawab operasional terkait Pajak Reklame tidak ada lagi sejak keluarnya Perdanomor 18 tahun 2014 tentang pelimpahan sebagian wewenang walikota Palangka Raya dibidang izin mendirikan bangunan dan reklame kepada kepala dinas tata kota, bangunan dan pertamanan kota Palangka Raya. Karena itu, semua urusan tentang pajak reklame sudah habis di Disciptaper dari mulai pungutan pajak hingga pengelolaan pajak reklame (Suharto, 2006).

### **Karakteristik Badan Pelaksana**

Karakteristik badan pelaksana adalah menunjukkan bagaimana daya dukung struktur organisasi, nilai-nilai, hubungan dan komunikasi di internal Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya serta menunjukkan bagaimana kinerjanya sebagai badan pelaksana sebuah kebijakan. Karakter badan pelaksana dalam komunikasi internal struktur organisasi telah berjalan baik dan terkoordinir sehingga tidak berjalan sendiri-sendiri kemudian jika terjadi kendala ataupun hambatan selalu melakukan rapat internal untuk menanganinya (Hayat, 2018).

Sedangkan dalam berjalannya struktur birokrasinya pemungutan pajak reklame dan pengawasannya di Kota Palangka Raya sudah berjalan dengan baik dan dapat diterima masyarakat dengan baik pula namun sumber daya yang menangani pajak reklame masih minim khususnya yang bertugas untuk survey lapangan untuk melihat reklame mana saja yang masa berlakunya sudah habis sehingga nantinya dapat dilakukan penertiban (Rhama &

Setiawan, 2020). Bila Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya sudah dapat mengimplementasikan dengan baik nantinya tidak ada lagi ditemukan lagi kerugian dari pajak reklame.

### **Lingkungan Sosial, Ekonomi dan Politik**

Lingkungan Sosial, Ekonomi dan Politik salah satu yang berperan dalam pengaruhnya pada kesuksesan implementasi kebijakan mulai dari keadaan lingkungan sosial di wilayah Kota Palangka Raya, keadaan lingkungan ekonominya serta keadaan lingkungan politiknya dalam pengaruhnya terhadap kesuksesan implementasi kebijakan publik itu sendiri. Lingkungan Sosial, Ekonomi dan Politik di Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya pada Bidang Perumahan dan Penataan Prasarana Kota Seksi Penataan Prasarana Kota (Ramdhani & Ramdhani, 2017).

Dilihat dari lingkungan sosial telah berjalan sebagaimana mestinya karena tidak ditemukan kendala yang berarti selain dari masyarakat pemohon yang hendak memasang reklame karena jika tidak kooperatif maka izin tidak akan dikeluarkan. Bila dilihat lagi dari lingkungan politik dapat dikatakan tidak ada pengaruhnya secara langsung pada Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya pada Bidang Perumahan dan Penataan Prasarana Kota Seksi Penataan Prasarana Kota karena hubungannya yang langsung kepada masyarakat (Bastian, 2013).

Sedangkan dari Lingkungan Ekonomi pengaruhnya dapat dilihat dari perekonomian masyarakat pembayar pajak jika pertumbuhannya positif maka tentu pengaruhnya juga akan berdampak pada ketertiban

masyarakat dalam membayar pajak dan juga bertambahnya pemohonan ijin memasang reklame untuk usaha (Suwitri, 2008).

### **Sikap Pelaksana**

Sikap Pelaksana sebagai variabel penting dalam implementasi kebijakan untuk menunjukkan seberapa demokratis, antusias dan responsifnya terhadap kelompok sasaran dan lingkungan. Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya pada Bidang Perumahan dan Penataan Prasarana Kota Seksi Penataan Prasarana Kota sebagai pelaksana kebijakan dalam menunjukkan seberapa demokratis, antusias dan responsifnya kepada kelompok sasaran dan lingkungan dapat dilihat dari kinerjanya yang selalu melakukan monitoring langsung terjun kelapangan melihat reklame mana saja yang belum memiliki ijin, reklame mana saja yang pajaknya mengalami tunggakan dan reklame mana saja yang masa berlakunya sudah habis sehingga dapat segera ditindaklanjuti dengan melakukan penertiban dan memberlakukan denda. Namun masyarakat yang memasang reklame berukuran kecil seperti spanduk mengaku bahwa terkadang dinas kurang pengawasan dimana spanduk yang telah berijin yang baru dipasang bisa saja dicuri oknum yang tidak bertanggung jawab dan merugikan masyarakat yang telah membayar pajak reklame sehingga reklamennya tidak dapat bekerja dengan optimal.

### **Faktor yang Menjadi Kendala Dalam Proses Pengimplementasian Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2014 tentang Pajak Reklame di Kota Palangka Raya**

Faktor internal yang menyebabkan kendala yang *pertama*

yaitu masih kurangnya jumlah sumber daya manusia yang ada sebagai pendukung dari berjalannya sebuah kebijakan yang berakibat pada kurang maksimalnya kinerja dari Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya pada Bidang Perumahan dan Penataan Prasarana Kota. Saksi Penataan Prasarana Kota dimana sebagian staf harus membagi tugas antara mereka yang bertugas di kantor dalam melayani masyarakat yang ingin menunaikan kewajibannya dalam membayarkan pajak dengan mereka yang bertugas di lapangan melakukan *survey* lapangan melihat reklame mana saja yang masa berlakunya sudah habis dan reklame mana saja yang belum terdaftar sehingga dapat di tindak lanjuti. Kemudian *kedua* yaitu masih kurangnya sarana dan prasarana yang dimiliki sehingga menghambat kinerja para staf dalam bekerja dan demi menyasati hal ini mereka menggunakan inventaris pribadi untuk kelancarannya dalam bekerja sehingga pelayanan pada masyarakat tidak terhambat dan proses berjalannya kebijakan tetap berjalan lancar, namun tentu sebaiknya hal ini tidak terjadi karena sebagai implementor kebijakan tentu harus dapat memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan dalam melaksanakan perda ini.

Kemudian faktor eksternal yang menyebabkan kendala yaitu yang *pertama* adalah kesadaran masyarakat akan kewajibannya dalam membayar pajak demi pembangunan di Kota Palangka Raya yang berkelanjutan karena jika tidak tentu ini akan menghambat pembangunan di Kota Palangka Raya kedepannya dan kesadaran masyarakat dalam penataan keindahan kota karena kerap ditemukan salah satu bentuk reklame yaitu selebaran yang tidak terdaftar atau illegal dan mengganggu keindahan kota

karena tertempel difasilitas publik dan berserakan ditempat umum. Kemudian yang *kedua* masih kurang efektifnya sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat yang mengakibatkan sebagian masyarakat masih ada yang tidak tau isi dari kebijakan yang telah dibuat hal ini berimbas pada masyarakat yang membayar pajak hanya atau membayar saja tanpa tau proses perhitungan pajak itu sendiri dan isi dari kebijakan secara menyeluruh. Bagi sebagian masyarakat untuk mempelajari perda ini dilakukan sendiri walaupun tanpa sosialisasi karena merasa takut dan perlu agar tidak terjadi pembodohan kepada mereka sebagai pembayar pajak apalagi bagi mereka yang bekerja dibidang periklanan yang menggunakan media reklame berupa billboard, baliho, spanduk dan sebagainya sebagai mata pencahariannya. Kemudian *ketiga*, besaran pajak reklame yaitu sebesar 25% dianggap masyarakat masih terlalu besar karena ini dianggap sebagai faktor yang menyebabkan sebagian masyarakat menggunakan reklame sebagai media promosi usaha ataupun hanya sekedar penanda tempat usaha dalam bentuk neon box.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan terkait dengan pelaksanaan atau “Implementasi Peraturan Daerah Kota Palangka Raya Nomor 10 Tahun 2014 tentang Pajak Reklame”, yaitu sebagai berikut :

1. Standar dan Sasaran Kebijakan

Dalam berjalannya kebijakan ini Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya sudah menetapkan standar dan sasarnya dengan menetapkan berbagai syarat

sebelum masyarakat memasang reklame dan melakukan pungutan pada pajak reklame dan memiliki target untuk dicapai setiap tahunnya dari pendapa tan pajak reklame tanpa mengesampingkan pentingnya penataan keindahan kota.

2. Kinerja Kebijakan

Melihat dari berjalannya kebijakan ini bahwasanya telah berjalan sesuai dengan Perda yang berlaku dan bersinergi serta berkoordinasi dengan instansi terkait lainnya. Kemudian masyarakat merasa perlu adanya revisi dari perda ini terkait klasifikasi materi reklame, klasifikasi konstruksi reklame dan pola perhitungan pajak reklame itu sendiri agar perhitungannya tidak disamaratakan. Serta perlu sosialisasi yang lebih efektiflagi.

3. Sumber Daya

Sumber Daya yang dimiliki Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya khususnya pada Seksi Penataan Prasarana Kota memiliki jumlah SDM yang minim dan Sarana Prasarananya pun juga kurang karena staf bekerja menggunakan inventaris pribadi untuk kelancaran berjalannya kebijakan.

4. Komunikasi Antar Badan Pelaksana

Demi kelancaran dari berjalannya sebuah kebijakan tentu perlua danya komunikasi yang berjalan dengan lancar tanpa adanya hambatan baik

dalam internal ataupun eksternal antar organisasi pelaksana kebijakan tersebut karena dengan komunikasi yang baik tentu jika ada masalah akan mudah mendapatkansolusinya.

5. Karakter BadanPelaksana

Menunjukan daya dukung struktur organisasi, nilai-nilai, hubungan dan komunikasi di internal Dinas Cipta Karya Tata Ruang dan Perumahan Kota Palangka Raya tentu dapat menunjukkan kinerjanya sebagai pelaksana kebijakan dimana hubungan yang terjalin didalamnya sudah berjalan dengan baik karena selalu ada koordinasi untuk melaksanakan tugas-tugasnya dalam melakukan pengimplementasian perda ini.

6. Lingkungan Sosial, Ekonomi dan Politik

Lingkungan memiliki pengaruh yang penting dalam berjalannya kebijakan seperti lingkungan sosial, ekonomi dan politik dimana implementor kebijakan berhubungan langsung dengan masyarakat yang memiliki pengaruh terhadap suksesnyaimplementasi kebijakan publik.

7. Sikap Pelaksana

Sebagai pelaksana kebijakan tentu sikap yang baik akan mampu membuat kebijakan dapat dijalankan seperti seharusnya sehingga tujuan-tujuan yang dikehendaki dapat diterima oleh kelompok masyarakat dan mendapat pencapaian seperti yang diinginkan.

Selain itu ada beberapa faktor yang menjadi kendala dalam pelaksanaan Peraturan Daerah tentang Pajak Reklame di Kota Palangka Raya, hal ini bisa penulis klasifikasikan menjadi 2 (dua) faktor yakni :

**A. Faktor Internal**

1. Sumber daya yang masih minim dari segi kuantitas terlebih untuk petugas survey lapangan.
2. Sarana dan prasarana penunjang pekerjaan yang minim, dapat dilihat dari staf yang bekerja dengan menggunakan barang pribadi.

**B. Faktor Eksternal**

1. Kesadaran masyarakat akan kewajibannya membayar pajak untuk pembangunan di Kota Palangka Raya.
2. Kurang efektifnya sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat yang berakibat pada kurangnya pemahaman pada kebijakan yang dibuat pemerintah.
3. Besaran Reklame 25% dianggap masyarakat masih terlalu besar karena inidianggap sebagai faktor yang menyebabkan sebagian masyarakat enggan untuk menggunakan reklame sebagai media promosi usaha ataupun hanya sekedar penanda tempat usaha.

**Saran**

1. Sosialisasi pada kebijakan yang dibuat tidak hanya harus dilakukan saat kebijakan itu

baru disahkan tapi juga saat kebijakan itu telah berjalan, tidak hanya dilakukan dengan mengumpulkan masa disatu tempat tapi dapat juga dilakukan dengan melalui media sosial internet dengan cara yang lebih kreatif karena hal ini merupakan salah satu tempat yang tepat dan cukup ampuh jika ingin mensosialisasikan sebuah produk terlebih produk kebijakan.

2. Perlu adanya peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) dan sarana prasarana penunjang yang lebih memadai. Dimana dengan jumlah staf yang minim ketika jumlah masyarakat pembayar pajak meningkat akan membuat para staf kewalahan menanganinya. Hal ini harus menjadi salah satu prioritas karena berdampak lurus dalam peningkatan pelayanan pembayar pajak reklame.
3. Perlu adanya Klasifikasi dari pemberlakuan Pajak Reklame yaitu klasifikasi dalam membedakan isi dari reklame yang dipasang seperti reklame tentang iklan rokok, iklan barang dan jasa atau reklame yang menampilkan tokoh dari organisasi tertentu kemudian klasifikasi untuk media reklame yang di bangun seperti konstruksi yang digunakan dan seberapa mewah reklame itu dibangun. Perlu adanya klasifikasi ini karena selama ini reklame yang ada di Kota Palangka Raya tidak diklasifikasikan sehingga perhitungannya disamaratakan.



**Daftar Pustaka**

- Bakry, A. (2010). Kebijakan Pendidikan sebagai Kebijakan Publik. *Jurnal MEDTEK*.
- Bastian, I. (2013). Akuntansi Sektor Publik Suatu Pengantar. In *Jakarta: Erlangga*.
- Hayat. (2018). Buku Kebijakan Publik. In *Intrans Publishing*.
- Lestari, I. P. (2013). INTERAKSI SOSIAL KOMUNITAS SAMIN DENGAN MASYARAKAT SEKITAR. *KOMUNITAS: INTERNATIONAL JOURNAL OF INDONESIAN SOCIETY AND CULTURE*.  
<https://doi.org/10.15294/komunitas.v5i1.2376>
- Politik, R. J. (2017). Politik dan Kebijakan (Publik). *Jurnal Politik*.  
<https://doi.org/10.7454/jp.v3i1.78>
- Prof, Dr, Mulyadi, Deddy, Drs., M. s. (2016). Studi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik. In *Carbohydrate Polymers*.
- Ramdhani, A., & Ramdhani, M. A. (2017). Konsep Umum Pelaksanaan Kebijakan Publik. *Jurnal Publik*.  
<https://doi.org/10.1109/ICMENS.2005.96>
- Rhama, B., & Setiawan, F. (2020). Assessing Public Private Partnership in Indonesia Tourism. *Policy & Governance Review*.  
<https://doi.org/10.30589/pgr.v4i3.339>
- Rushananto. (2014). Kebijakan Publik. *Kebijakan Publik*.
- Setiawan, F. (2019). Pengaruh Teori Pembangunan Dunia Ke -3 Dalam Teori Modernisasi Terhadap Administrasi Pembangunan Di Indonesia. *JISPAR, Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Pemerintahan*, 8 No 2, 59–69. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/JISPAR/article/view/1033/831>
- Suharto, E. (2006). Analisis kebijakan publik: panduan praktis mengkaji masalah dan kebijakan sosial. In *Alfabeta*.
- Suwitri, S. (2008). Konsep Dasar Kebijakan Publik. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang*.
- Wokas, H. R., & Kobandaha, R. (2016). ANALISIS EFEKTIVITAS, KONTRIBUSI DAN POTENSI PAJAK REKLAME DAN PAJAK HOTEL TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA KOTAMOBAGU. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.