

**PENGARUH IMPLEMENTASI KEBIJAKAN TENTANG PAJAK
DAERAH TERHADAP PENCAPAIAN TARGET PAJAK REKLAME
TAHUN 2014 OLEH DINAS PENDAPATAN DAERAH KOTA
TASIKMALAYA**

ASEP AGUNG NUGRAHA

ABSTRAK

Penelitian yang penulis lakukan berawal dari adanya masalah bahwa (1) Adanya pembatasan tempat reklame yang disediakan oleh pemerintah daerah sehingga masih banyak wajib pajak yang khawatir terhadap pemasangan reklamenya, hal ini berdampak pada penurunan realisasi penerimaan pajak reklame. Dengan adanya kebijakan tersebut berdampak pada industri dan para pengusaha membatasi pemasangan reklame (2) Kelalaian wajib pajak reklame untuk orang/ pribadi, sehingga terbukti adanya penurunan capaian realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun anggaran 2014. Pada periode tahun anggaran 2014 realisasi hanya mencapai 80,82%.

Berdasarkan masalah tersebut, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) Bagaimana implementasi kebijakan tentang pajak daerah pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya? (2) Bagaimana pencapaian target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya? (3) Bagaimana pengaruh implementasi kebijakan tentang pajak daerah terhadap pencapaian target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya? Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 782 orang. Terdiri dari seluruh pegawai pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya sebanyak 82 orang dan wajib pajak reklame sebanyak 700 orang. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan Library research dan Field research. Sedangkan untuk menentukan hubungan menggunakan rumus koefisien korelasi dan menentukan pengaruh dengan rumus koefisien determinasi dengan menggunakan Software IBM SPSS Versi 23.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut: (1) Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya diperoleh rata-rata skor sebesar 307,75 atau 69,16% termasuk pada kategori baik (2) Pencapaian Target Pajak Reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya diperoleh rata-rata skor sebesar 337,83 atau 75,92%. Angka tersebut termasuk pada kategori baik (3) Pengaruh implementasi kebijakan tentang pajak daerah terhadap pencapaian target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya dengan uji korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,364 nilai tersebut mempunyai hubungan positif atau searah dengan derajat keeratan termasuk kategori rendah.

Kata Kunci: *Pengaruh Implementasi Kebijakan, Pajak Daerah, Pencapaian Target*

A. PENDAHULUAN

Pembangunan daerah merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan suatu bangsa. Eksistensi pembangunan daerah merupakan wujud dari keberlangsungan pembangunan suatu negara. Maka dari itu, keberhasilan pembangunan suatu bangsa tidak terlepas dari keberhasilan daerah dalam mengelola potensi-potensi yang dimiliki oleh daerah tersebut.

Untuk mencapai keberhasilan pembangunan tersebut diperlukan adanya suatu kebijakan dan sistem pembangunan yang mampu memacu peningkatan kinerja sumber daya manusia dalam mengelola dan mengolah sumber daya alam yang dimiliki tiap daerah, dapat mengelola sumber-sumber pendapatan daerah yang ada dan yang belum tergalai agar dapat terpakai sehingga mampu meningkatkan pendapatan daerah sehingga dapat digunakan untuk kesejahteraan masyarakat daerah.

Relevan dengan hal tersebut, daerah harus mampu mengoptimalkan sumber daya daerahnya, baik dari sumber daya alam maupun sumber daya manusia guna meningkatkan pendapatan asli daerah sehingga ketergantungan daerah kepada pusat bisa dikurangi. Potensi-potensi di bidang industri, perdagangan, pariwisata, pertambangan serta pengolahan hasil tambang maupun pelayanan umum (retribusi) menjadi

salah satu faktor yang sangat penting dalam pengembangan perekonomian yang dapat meningkatkan penerimaan pajak daerah.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, Pendapatan Asli Daerah terdiri dari:

1. Pajak Daerah.
2. Retribusi Daerah.
3. Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan, yang bersumber dari:
 - a. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik daerah (BUMD).
 - b. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik negara (BUMN).
 - c. Bagian laba atas penyertaan modal pada perusahaan milik swasta.
4. Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah, bersumber dari:
 - a. Hasil penjualan aset daerah.
 - b. Penerimaan jasa giro.
 - c. Penerimaan bunga deposito.
 - d. Denda atas keterlambatan pelaksanaan pekerjaan.

Sejalan dengan itu, berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, otonomi daerah mensyaratkan bahwa pembangunan daerah merupakan tanggung jawab bagi pemerintah daerah. Pemberian hak

otonomi daerah antara lain dimaksudkan untuk memberikan keleluasaan bagi pemerintah daerah agar dapat menggali sumber-sumber keuangan daerah sendiri guna membiayai pelaksanaan pembangunan serta memaksimalkan penerimaan daerahnya, termasuk memaksimalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pajak daerah di daerah otonom bersangkutan.

Pengertian otonomi daerah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2001: 805) berarti bahwa: “Hak, wewenang, dan kewajiban daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku”.

Peran PAD sangat penting sebagai sumber pembiayaan pemerintah daerah karena merupakan tolak ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah, dimana proporsi PAD terhadap total penerimaan merupakan indikasi derajat kemandirian keuangan suatu pemerintah daerah. Sumber-sumber PAD sebenarnya sangatlah diharapkan dapat menjadi salah satu solusi bagi pendanaan daerah dan diharapkan dapat menjadi penyangga utama dalam membiayai kegiatan-kegiatan daerahnya. Semakin banyak kebutuhan daerah yang dapat dibiayai dengan PAD, maka akan semakin tinggi kualitas otonominya.

Salah satu komponen PAD yang mempunyai kontribusi dan potensi terbesar di Kota Tasikmalaya adalah pajak daerah. Pajak Daerah merupakan

sumber pendapatan yang dapat dikembangkan berdasarkan peraturan-peraturan pajak yang diterapkan oleh daerah untuk kepentingan pembiayaan rumah tangga pemerintah daerah tersebut.

Secara umum pajak adalah pungutan dari masyarakat oleh Negara (Pemerintah) berdasarkan peraturan perundang-undangan 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.

Sejalan dengan itu, pajak reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Daerah yang berpotensi dan dapat dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan PAD di Kota Tasikmalaya. Pemasukan dari pajak reklame didapat dari nilai sewa reklame yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame, dan jenis ukuran reklame. Pihak-pihak yang menggunakan jasa reklame dari bidang pendidikan, industri, perhotelan, hiburan, bank-bank dan lembaga keuangan, transportasi, komunikasi dan pihak pemerintah.

Pengertian pajak reklame menurut Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 5 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame adalah sebagai berikut:

Pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame. Pajak reklame dikenakan dengan alasan bahwa reklame dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/ atau didengar dari suatu tempat umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

Kebijakan daerah tentang pajak reklame di Kota Tasikmalaya didasarkan pada ketentuan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, ketentuan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 5 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame dan ketentuan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 6 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah. Kebijakan tersebut merupakan tumpuan dan dasar bagi kebijakan-kebijakan lainnya, para pelaksana kebijakan mempunyai peranan dalam mengelola, mempengaruhi serta mengajak dunia usaha dan masyarakat untuk bersinergi dalam mengimplementasikan kebijakan-kebijakan pada sektor yang menjadi tanggung jawab instansinya. Untuk menjalankan peranan tersebut, diperlukan para pejabat struktural serta pelaksana kebijakan selain berwawasan global dan nasional juga mampu menjabarkan arah dan strategi kebijakan serta program instansi ke dalam pemungutan pajak reklame juga mampu mensinergikan seluruh stakeholder strategi untuk

melaksanakan pemungutan pajak reklame tersebut.

Realisasi pajak reklame di Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya periode tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
PENCAPAIAN TARGET PAJAK
REKLAME
PERIODE TAHUN 2010-2014

Tahun	Realisasi Pajak Reklame		%
	Potensi	Realisasi	
2010	Rp. 1.848.189.000,-	Rp. 1.849.558.133,-	100,07
2011	Rp. 1.779.700.500,-	Rp. 1.788.089.621,-	100,47
2012	Rp. 1.940.598.000,-	Rp. 1.834.095.098,-	94,51
2013	Rp. 2.091.000.000,-	Rp. 2.000.230.641,-	95,65
2014	Rp. 2.255.000.000,-	Rp. 1.822.587.945,-	80,82

Sumber: LAKIP Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya Tahun 2014

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas, maka dapat diketahui bahwa pada tahun 2010 pencapaian target pajak reklame mencapai 100,7%, pada tahun 2011 pencapaian target pajak reklame mencapai 100,47% (mengalami kenaikan), pada tahun 2012 pencapaian target pajak reklame mencapai 94,51% (mengalami penurunan), pada tahun 2013 pencapaian target pajak reklame mencapai 95,65% (mengalami kenaikan), serta pada tahun 2014 pencapaian target pajak reklame mencapai 80,82% (mengalami penurunan kembali).

Relevan dengan hal tersebut, pencapaian target pajak reklame sangat ditunjang oleh pengimplementasian kebijakan tentang pajak reklame yang baik. Maka dari itu, suatu pengimplementasian kebijakan yang ideal bisa menjadi tolak ukur tingkat pencapaian target pajak reklame. Dengan demikian, pajak reklame diharapkan mampu memaksimalkan potensinya untuk meningkatkan kemandirian serta meningkatkan daerah dalam pembiayaan keuangan daerah yang mampu mendorong pemerintah daerah untuk meningkatkan pembangunan perekonomian yang dapat menyukseskan kemajuan daerah dan mengkokohkan pondasi pembangunan nasional.

Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan ditemukan permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Adanya pembatasan tempat reklame yang disediakan oleh pemerintah daerah sehingga masih banyak wajib pajak yang khawatir terhadap pemasangan reklamenya, hal ini berdampak pada penurunan realisasi penerimaan pajak reklame. Dengan adanya kebijakan tersebut berdampak pada industri dan para pengusaha membatasi pemasangan reklame.
2. Kelalaian wajib pajak reklame untuk orang/ pribadi, sehingga terbukti adanya penurunan capaian realisasi penerimaan pajak reklame pada tahun anggaran 2014. Pada periode tahun anggaran 2014 realisasi hanya mencapai 80,82%.

Permasalahan tersebut diduga karena implementasi kebijakan tentang pajak daerah belum dilaksanakan secara optimal, hal ini dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut:

1. Dinas Pendapatan Daerah belum maksimal dalam menginformasikan isi kebijakan tentang pajak reklame. Contohnya dalam bentuk sosialisasi mengenai kebijakan tentang pajak reklame baik bagi petugas pajak ataupun bagi wajib pajak reklame belum dilakukan secara optimal.
2. Kurang tersedianya tenaga pelaksana yang berkualitas, sehingga mengakibatkan belum selarasnya kompetensi yang dimiliki oleh pelaksana kebijakan dengan apa yang menjadi kewenangannya dalam melaksanakan kebijakan, hal ini berkaitan dengan jumlah pelaksana tugas yang kurang memadai dan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pelaksana tugas.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian difokuskan pada (1) Bagaimana implementasi kebijakan tentang pajak daerah pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya? (2) Bagaimana pencapaian target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya? (3) Bagaimana pengaruh implementasi kebijakan tentang pajak daerah terhadap pencapaian target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya?

B. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu gejala atau fenomena yang terjadi di Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya. Waktu penelitian yang penulis lakukan kurang lebih 6 bulan, terhitung mulai bulan Agustus 2015 samapi dengan bulan Januari 2016 di Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya sebanyak 82 orang dan wajib pajak reklame sebanyak 700 orang. Dengan demikian maka keseluruhan populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 782 orang.. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan studi lapangan dengan cara menyebarkan angket penelitian dan observasi.

Pada tahap analisis, peneliti menggunakan teknik analisis data kuantitatif, yaitu melalui pengolahan data yang disajikan dalam tabulasi dan dideskripsikan ke dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Pada tahap analisis ini penulis melakukan analisis dengan bantuan *software* IBM SPSS Versi 23.

C. LANDASAN TEORI

Implementasi kebijakan merupakan tahapan yang krusial dalam

proses kebijakan publik. Suatu kebijakan yang diimplementasikan diupayakan untuk selalu mempunyai dampak atau tujuan yang diinginkan. Dalam prakteknya implementasi kebijakan merupakan suatu proses yang sangat kompleks bahkan tidak jarang bermuatan politis dengan adanya intervensi berbagai kepentingan.

Winarno (2005: 101) menyatakan bahwa: “Implementasi kebijakan merupakan alat administrasi hukum dimana berbagai aktor, organisasi, prosedur, dan teknik yang bekerja bersama-sama untuk menjalankan kebijakan guna meraih dampak atau tujuan yang diinginkan”.

Pengimplementasian rangkaian kegiatan dilaksanakan dalam satu proses yang telah ditetapkan. Tanpa satu pelaksanaan maka suatu kegiatan yang telah ditetapkan itu akan sia-sia. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan mempunyai kedudukan yang penting di dalam pembahasan kebijakan.

Agustino (2006: 139) mengemukakan sebagai berikut “Implementasi sebagai suatu proses dan suatu hasil (*output*)”.

Sedangkan definisi kebijakan, Islamy (2004: 17) menyebutkan bahwa: “Kebijakan adalah serangkaian tindakan yang mempunyai tujuan tertentu yang diikuti dan dilaksanakan oleh seseorang pelaku atau sekelompok pelaku guna memecahkan suatu masalah tertentu”.

Relevan dengan kebijakan pemerintah secara umum, Sumaryadi (2005: 19) menyatakan bahwa:

“Kebijakan pada dasarnya merupakan ketentuan-ketentuan yang harus dijadikan pedoman, pegangan atau petunjuk bagi setiap usaha dari aparatur pemerintahan, sehingga tercapai kelancaran dan keterpaduan dalam mencapai tujuan tertentu”.

Sedangkan definisi implementasi kebijakan, Agustino (2006: 139) menyatakan bahwa: “Implementasi kebijakan adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu-individu atau pejabat-pejabat pemerintah atau swasta yang diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah diterapkan dalam keputusan-keputusan kebijakan sebelumnya”.

Masih berkaitan dengan konsep implementasi, Putra (2003: 84) mengatakan bahwa:

Mengkaji masalah implementasi kebijakan berarti berusaha memahami apa yang senyatanya terjadi sesudah program dinyatakan diberlakukan atau dirumuskan, yakni peristiwa-peristiwa dan kegiatan-kegiatan yang terjadi setelah proses pengesahan kebijakan, baik yang menyangkut usaha-usaha mengadministrasikannya maupun untuk menimbulkan dampak nyata pada masyarakat atau pada kejadian-kejadian tertentu.

Putra (2003: 81) menyatakan bahwa:

Proses implementasi setidaknya-tidaknya memiliki empat elemen, di antaranya adalah:

1. Pembentukan unit organisasi baru dan staf pelaksana;

2. Penjabaran tujuan ke dalam berbagai aturan pelaksana (*standard operating procedures/ SOP*);
3. Koordinasi berbagai sumber dan pengeluaran kepada kelompok sasaran, pembagian tugas di dalam dan di antara dinas-dinas/ badan pelaksana;
4. Pengalokasian sumber-sumber untuk mencapai tujuan.

Implementasi kebijakan dapat dikatakan sebagai tindakan melalui keputusan dari sejumlah aktor yang dipergunakan sebagai landasan bertindak dalam usaha mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dan kebijakan merupakan suatu alat untuk memecahkan masalah-masalah yang sedang terjadi ataupun mencegah masalah yang akan terjadi. Oleh karena itu, apa yang disepakati oleh perumus kebijakan menjadi pedoman bagi pelaksanaan implementasi dari isi kebijakan tersebut.

Untuk mencapai hal tersebut di atas, Heryani (2010: 83-84) menyatakan bahwa:

Implementasi kebijakan dipengaruhi oleh 4 (empat) komponen diantaranya:

1. Kebijakan ideal (*idealized polic*);
2. Sasaran (*target groups*);
3. Pelaksana (*implementing organization*); dan
4. Lingkungan (*environmental factors*).

Relevan dengan hal tersebut, mengenai komponen implementasi kebijakan menurut Heryani dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kebijakan ideal (*idealized polic*), yaitu suatu pola interaksi yang diidealisasikan oleh perumus kebijakan tentang pajak reklame dengan tujuan untuk mendorong, mempengaruhi dan merangsang para pihak yang terkena oleh kebijakan tersebut untuk melaksanakannya.
2. Sasaran (*target groups*), dalam hal ini adalah orang/ pribadi dan/ atau perusahaan yang menjadi wajib pajak reklame ataupun objek-objek potensi pajak reklame.
3. Pelaksana (*implementing organization*), dalam hal ini sebagai pelaksana dari kebijakan pajak reklame adalah Dinas Pendapatan Daerah.
4. Lingkungan (*environmental factors*), yaitu unsur-unsur dalam lingkungan yang berpengaruh dan dapat dipengaruhi oleh implementasi kebijakan seperti halnya faktor budaya, sosial, ekonomi, dan politik serta keberadaan kelompok-kelompok kepentingan atau *interest group*.

Sedangkan kaitan dengan pencapaian target, peneliti sampaikan pengertian Pencapaian dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:194), sebagai berikut: “Pencapaian adalah proses, cara, perbuatan mencapai”.

Kemudian pengertian Target atau sasaran yang dikemukakan oleh Dharma (1991: 129) adalah sebagai berikut: “Target adalah merupakan sasaran dari pernyataan spesifik mengenai suatu kegiatan atau hasil

yang dapat diukur, dinilai, dan direncanakan cara pencapaiannya”.

Dharma (1991: 36), mengemukakan kriteria-kriteria dari pencapaian target sebagai berikut:

- a. Kuantitas;
- b. Kualitas; dan
- c. Ketepatan Waktu.

Adapun penjelasan kriteria pencapaian target adalah sebagai berikut:

- a. Kuantitas merupakan suatu yang dihasilkan, berkenaan dengan beberapa jumlah produk atau jasa yang dapat dihasilkan. Jadi kuantitas kerja adalah upaya dalam melaksanakan sejumlah pekerjaan untuk mencapai hasil kerja yang sesuai dengan target.
- b. Kualitas merupakan akurasi, ketelitian, tingkat dapat diterimanya pekerjaan yang dilakukan atau tingkat baik buruknya sesuatu, derajat atau taraf dan mutu.
- c. Ketepatan waktu merupakan upaya yang dilakukan dalam mengerjakan tugas-tugas sesuai dengan waktu yang telah dialokasikan.

Pengertian pencapaian target pajak reklame menurut Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 5 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame adalah sebagai berikut: “Penerimaan yang dapat dicapai selama satu tahun anggaran”.

D. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

1. Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya

Pengukuran keberhasilan implementasi suatu kebijakan adalah dengan cara membandingkan apa tujuan dari kebijakan tersebut dengan hasil dari implementasinya di lapangan. Keberhasilan atau kegagalan implementasi dapat dilihat dari kemampuan secara nyata dalam meneruskan/ mengoperasikan isi kebijakan yang telah dirancang sebelumnya. Sebaliknya, keseluruhan proses implementasi kebijakan dapat dievaluasi dengan cara mengukur atau membandingkan antara hasil akhir dari pelaksanaan isi kebijakan tersebut dengan tujuan kebijakan.

Relevan dengan hal tersebut, implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya. Untuk mengimplementasikan kebijakan tentang pajak daerah ada dua pilihan langkah yang ada, yaitu langsung mengimplementasikannya dalam bentuk program atau melalui formulasi kebijakan derivat atau turunan dari kebijakan tentang pajak daerah tersebut.

Sejalan dengan itu, pengimplementasian kebijakan tentang pajak daerah tentang pajak reklame di Kota Tasikmalaya, derivasi kebijakannya adalah dalam bentuk Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya. Yaitu Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 5 Tahun 2003

tentang Pajak Reklame dan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 6 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Heryani (2010: 83-84) yang mengemukakan tentang komponen implementasi kebijakan sebagai berikut:

1. Kebijakan ideal (*idealized polic*); dalam hal interaksi yang diidealisasikan oleh perumus kebijakan yakni pemerintah Kota Tasikmalaya tentang pajak daerah dengan tujuan untuk mendorong, mempengaruhi dan merangsang para pihak yang terkena oleh kebijakan pajak daerah tersebut khususnya tentang pajak reklame untuk melaksanakannya. Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui bahwa mengenai Kebijakan ideal dengan indikator menginformasikan isi kebijakan dilaksanakan dengan cukup baik dan mengenai indikator adanya tata cara pelaksanaan dilaksanakan dengan baik.
2. Sasaran (*target groups*); dalam hal ini adalah orang/ pribadi dan/ atau perusahaan yang menjadi wajib pajak reklame ataupun objek-objek potensi pajak reklame serta segala hal yang terkena oleh kebijakan pajak daerah khususnya pajak reklame. Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui bahwa sasaran kebijakan pajak daerah dengan indikator wajib pajak mengetahui

tentang isi kebijakan diperoleh hasil mengetahui dengan baik dan mengenai indikator wajib pajak melaksanakan kewajibannya sebagai wajib pajak diperoleh hasil melaksanakan dengan baik.

3. Pelaksana (*implementing organization*); dalam hal ini sebagai pelaksana dari kebijakan pajak reklame adalah Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelaksana kebijakan tentang pajak daerah dengan indikator tersedianya tenaga pelaksana yang berkualitas tersedia dengan baik dan mengenai indikator adanya pembagian tugas pelaksanaan yang jelas dan tegas tercapai dengan sangat baik.
4. Lingkungan (*environmental factors*); yaitu unsur-unsur dalam lingkungan yang berpengaruh dan dapat dipengaruhi oleh implementasi kebijakan pajak daerah seperti halnya faktor budaya, sosial, ekonomi, dan politik serta keberadaan kelompok-kelompok kepentingan atau *interest group*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa lingkungan dengan indikator adanya kesadaran hukum masyarakat diperoleh dengan baik dan mengenai indikator adanya kesadaran masyarakat dalam membayar pajak juga diperoleh dengan baik.

Relevan dengan hasil penelitian mengenai implementasi kebijakan tentang pajak daerah pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya diketahui bahwa adanya relevansi teori yang dikemukakan oleh Heryani dengan hasil penelitian. Bahwasannya implementasi kebijakan tentang pajak daerah tidak hanya bersangkutan dengan mekanisme penjabaran keputusan-keputusan politik ke dalam prosedur-prosedur rutin melalui saluran-saluran birokrasi; melainkan lebih dari itu, menyangkut masalah konflik kepentingan, keputusan, dan siapa yang memperoleh apa dari kebijakan tersebut. Implementasi kebijakan tentang pajak daerah dihadapkan pada banyak kendala, baik yang berkaitan dengan standar dan kebijakan, sumber daya, karakteristik organisasi pelaksana, komunikasi antar organisasi terkait, disposisi/ sikap pelaksana, maupun lingkungan ekonomi, sosial, dan politik yang kurang kondusif.

Implementasi suatu kebijakan bisa jadi gagal (*frustrated*) ketika para implementor tidak sepenuhnya menyadari terhadap standar dan tujuan kebijakan. Standar dan tujuan kebijakan memiliki hubungan erat dengan disposisi para implementor. Selain itu, keberhasilan implementasi kebijakan sangat bergantung pada kemampuan para implementor dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Standar dan tujuan kebijakan harus dikomunikasikan kepada para pelaksana. Jika tidak ada kejelasan dan

konsistensi serta keseragaman terhadap suatu standar dan tujuan kebijakan, maka yang menjadi standar dan tujuan kebijakan sulit untuk bisa dicapai. Disposisi/ sikap implementor dipengaruhi oleh pandangannya terhadap suatu kebijakan dan cara melihat pengaruh kebijakan itu terhadap kepentingan-kepentingan pribadi atau kelompoknya. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam implementasi kebijakan adalah sejauh mana lingkungan eksternal turut mendorong keberhasilan kebijakan publik. Lingkungan sosial, ekonomi dan politik yang tidak kondusif dapat menjadi sumber masalah dari kegagalan kinerja implementasi kebijakan.

2. Pencapaian Target Pajak Reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya

Penerimaan pajak daerah merupakan sumber penerimaan yang sangat penting dalam membiayai anggaran belanja daerah. Berdasarkan pada ketentuan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dengan Daerah, Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdiri atas pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah, dan lain-lain PAD yang sah.

Sehubungan dengan keempat komponen PAD tersebut, pajak daerah merupakan sumber pendapatan yang paling utama di Kota Tasikmalaya. Oleh karenanya Dinas Pendapatan

Daerah Kota Tasikmalaya menjadi institusi yang mengelola sumber pendapatan pajak daerah di Kota Tasikmalaya.

Relevan dengan hal tersebut, pencapaian target atau daya guna mengukur perbandingan antara realisasi penerimaan pajak daerah dengan targetnya. Pajak daerah dikatakan telah memenuhi target apabila tingkat pencapaian terget lebih besar atau sama dengan 100%.

Sedangkan kaitan dengan pencapaian target, target merupakan sasaran dari pernyataan spesifik mengenai suatu kegiatan atau hasil yang dapat diukur, dinilai, dan direncanakan cara pencapaiannya.

Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Dharma (1991: 36), yang mengemukakan kriteria-kriteria dari pencapaian target adalah sebagai berikut:

1. Kuantitas; dalm hal ini, kuantitas dari pencapaian target pajak reklame merupakan jumlah pekerjaan yang harus diselesaikan oleh petugas pemungut pajak. Pengukuran kuantitas melibatkan perhitungan keluaran dari proses pelaksanaan kegiatan dimana perbandingan kesesuaian antara jumlah yang realisasikan dengan jumlah yang ditargetkan. Hal ini berkaitan dengan banyaknya jumlah penerimaan pajak yang dihasilkan oleh petugas pemungut pajak. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kuantitas dari pencapaian target pajak dengan

indikator jumlah yang dicapai tercapai dengan baik dan mengenai indikator keluaran yang dihasilkan juga diperoleh dengan baik.

2. Kualitas; dalam hal ini, mutu yang dihasilkan berhubungan dengan baik tidaknya hasil pekerjaan atau pelaksanaan pemungutan pajak reklame oleh petugas pemungut pajak. Pengukuran kualitatif mencerminkan tingkat kepuasan yaitu seberapa baik penyelesaiannya, hal ini berkaitan dengan bentuk keluaran berupa keberhasilan yang dicapai yang menjadi tuntutan Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas dari pencapaian target dengan indikator mutu yang dihasilkan diperoleh dengan baik dan mengenai indikator baik tidaknya penyelesaian dicapai dengan baik.
3. Ketepatan Waktu; dalam hal ketepatan waktu, hal ini berkaitan dengan sesuai atau tidaknya waktu penyelesaian pemungutan pajak reklame dengan target waktu yang direncanakan. Pengukuran ketepatan waktu merupakan jenis khusus dari pengukuran kuantitatif yang menentukan ketepatan waktu penyelesaian pemungutan pajak reklame. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa ketepatan waktu pencapaian target dengan indikator waktu yang direncanakan tercapai dengan baik dan mengenai indikator sesuai

tidaknya penyelesaian juga dicapai dengan baik.

Relevan dengan hasil penelitian mengenai pencapaian target pajak reklame yang dilakukan oleh petugas pemungut pajak Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya diketahui bahwa adanya relevansi teori yang dikemukakan oleh Dharma dengan hasil penelitian. Bahwasanya diketahui bahwa dengan adanya ukuran pencapaian target, dapat menjadi tolak ukur tercapai atau tidaknya target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya. Sejalan dengan itu, ukuran pencapaian target ini juga dapat dijadikan evaluasi bagi Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya untuk menentukan arah kebijakannya ke depan.

3. Pengaruh Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah terhadap Pencapaian Target Pajak Reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya

Untuk memacu peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pemungutan pajak reklame, komitmen Pemerintah Daerah sangat dibutuhkan. Menurut pengamatan penulis, Pemerintah Kota Tasikmalaya melalui Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya memiliki komitmen yang tinggi dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Relevan dengan hal tersebut, keberhasilan suatu kebijakan sebenarnya dapat dilihat dari dampak/sasaran yang dihasilkan oleh kebijakan

itu sendiri. Artinya, apakah kebijakan tersebut dapat memberikan manfaat terhadap tujuan yang akan dicapai atau tidak. Oleh karena itu, implementasi kebijakan pajak daerah seyogyanya diarahkan pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Kebijakan merupakan salah satu proses untuk mencapai tujuan dan praktek-praktek terarah yang dilakukan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya. Pelaksanaan untuk mencapai hasil yang sesuai, tujuan pimpinan kadangkala mendapat hambatan-hambatan untuk mencapai sasaran yang diharapkan, baik masalah penyimpangan waktu maupun penyelewengan pekerjaan yang dilakukan petugas pelaksana.

Sejalan dengan itu, jika petugas pelaksana pemungutan pajak pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya apabila selalu melakukan kesalahan-kesalahan atau penyimpangan tetapi tidak ada suatu tindakan perbaikan, akan menjadi penghambat tercapainya tujuan. Dalam hal ini tujuan atau sasaran yang telah ditentukan dari kebijakan tentang pajak daerah sehingga tidak tercapainya target tersebut. Pimpinan dalam suatu organisasi harus dapat memahami tentang teori-teori kebijakan dan prakteknya, dalam arti bahwa pelaksanaan kebijakan oleh bawahan akan berjalan baik apabila pimpinan mengerti fungsinya sebagai seorang pemimpin dan sungguh-sungguh untuk mengimplementasikan kebijakan

tentang pajak daerah yang menjadi tujuan organisasi yang dipimpinya.

Sehubungan dengan hal tersebut, sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Mardiasmo (2000:57) yang mengemukakan bahwa:

Pelaksanaan kebijakan pajak daerah seharusnya diarahkan pada pencapaian target yang telah ditetapkan oleh daerah. Hal ini penting untuk diperhatikan, karena keberhasilan pencapaian target pajak daerah akan sangat membantu dalam pelaksanaan pembangunan daerah. Berdasarkan pendapat tersebut di atas, peneliti dapat mengemukakan bahwa implementasi kebijakan tentang pajak daerah lebih dioptimalkan pada pencapaian target pajak reklame. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa pajak reklame merupakan bagian dari pajak daerah yang cukup potensial di Kota Tasikmalaya, dengan demikian secara teoritis implementasi kebijakan tentang pajak daerah memiliki keterkaitan dengan pencapaian target pajak reklame.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan di atas maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya diperoleh rata-rata skor sebesar 307,75. Angka tersebut termasuk pada kategori baik karena berada pada rentang

302,60-373,80. Jika dipersentasekan 69,16%. Perolehan angka tersebut jika direlevansikan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Arikunto (2008: 245) mengenai interpretasi termasuk pada kategori baik. Artinya Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya telah dilakukan dengan baik.

2. Pencapaian Target Pajak Reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya diperoleh rata-rata skor sebesar 337,83. Angka tersebut termasuk pada kategori baik karena berada pada rentang 302,60-373,80. Jika dipersentasekan 75,92%. Perolehan angka tersebut jika direlevansikan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Arikunto (2008: 245) mengenai interpretasi termasuk pada kategori baik. Artinya Pencapaian Target Pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya tercapai dengan baik.
3. Pengaruh implementasi kebijakan tentang pajak daerah terhadap pencapaian target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya dengan uji korelasi diperoleh nilai r sebesar 0,364 nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwa Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah terhadap Pencapaian Target Pajak Reklame mempunyai

hubungan positif atau searah dengan derajat keeratan termasuk kategori rendah karena berada di antara 0,20 – 0,399. Uji Koefisien Determinasi diperoleh nilai sebesar 13,25%. Nilai koefisien determinasi di atas menunjukkan bahwa Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah secara parsial berpengaruh terhadap Pencapaian Target Pajak Reklame sebesar 13,25%. Untuk menguji hipotesis Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah terhadap Pencapaian Target Pajak Reklame dilakukan uji t , diperoleh t_{hitung} sebesar 6,689 dan dari tabel distribusi t dengan $Dk = 87$ pada tingkat keyakinan 95 % $\alpha = 0,05$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1,663. Maka dengan pengujian dua arah, menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (6,689) > t_{tabel} (1,663), berarti bahwa Implementasi Kebijakan tentang Pajak Daerah secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap besarnya Pencapaian Target Pajak Reklame.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Terkait belum optimalnya implementasi kebijakan tentang pajak daerah pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya, diharapkan pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya supaya dapat lebih mengoptimalkan implementasi

- kebijakan dalam rangka meningkatkan pencapaian target pajak reklame.
2. Terkait dengan belum optimalnya pencapaian target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya, diharapkan Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya dapat mengoptimalkan dimensi-dimensi pencapaian target dalam rangka meningkatkan pencapaian target pajak reklame pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya.
 3. Terkait dengan adanya nilai pengaruh yang signifikan antara implementasi kebijakan terhadap pencapaian target pajak reklame, diharapkan Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya dapat mengaplikasikan serta mengoptimalkan implementasi kebijakan dan pencapaian target pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya.
- Retribusi*. Jakarta: Hecca Publishing.
- Dharma, A. 1991. *Manajemen Prestasi Kerja*. Jakarta: Rajawali.
- Dunn, William N. 2000. *Analisa Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Hadari, Nawawi dan Martini. 1990. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Jones, Charles O. 1991. *Pengantar Kebijakan Publik*. Penerjemah Ricky Istamto. Jakarta: Rajawali.
- Komaruddin. 1994. *Esiklopedia Manajemen*. edisi kesatu. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mardiasmo. 2008. *Perpajakan Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nasution, M.N. 2003. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Putra, Fadillah. 2003. *Paradigma Kritis dalam Studi Kebijakan Publik, Perubahan dan Inovasi Kebijakan Publik dan Ruang Partisipasi Masyarakat dalam Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Universitas Sunan Giri Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

- Agustino, Leo. 2006. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2008. *Dasar-dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Azhari A. Samudra. 2005. *Perpajakan di Indonesia, Keuangan, Pajak dan*

- Siahaan Marihot P. 2005. *Pajak dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Subarsono, AG. 2005. *Analisis Kebijakan Publik: Konsep, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sudjana. 2004. *Metode Statistika, Edisi Revisi*. Cetakan Keenam. Bandung: Tarsito.
- Sugiyanto, Basit. 2011. *Penatausahaan Barang Milik Negara : Relevansinya dengan Pelaporan Keuangan Pemerintah*, Yogyakarta: Balai Diklat Keuangan Yogyakarta.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryadi, I Nyoman. 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Citra Utama
- Surakhmad, Winarno. 2000. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito.
- Tilaar, H.A.R. dan Riant Nugroho. 2008. *Kebijakan Pendidikan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Wahab, Abdul. 2008. *Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi ke implementasi Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winardi. 1992. *Promosi dan Reklame*. Bandung: Mandar Maju.
- Winarno, Budi. 2002. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Peraturan Perundang-undangan:**
- Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 5 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame
- Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 5 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame
- Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 6 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah.