

EFEKTIVITAS PENGAWASAN DAN PENERTIBAN REKLAME DI KOTA KUPANG

Christian Lucky Bati Lidda¹, Laurensius P. Sayrani², Ardy Yosafat Pandie³

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Nusa Cendana Kupang ^{1,2,3}

Email: bati_lucky56@gmail.com¹, lauresayrani@yahoo.co.id², ardy.pandie@staf.undana.ac.id³

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 12 Bulan : Desember Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<p><i>This study analyzes the effectiveness of billboard supervision and control in Kupang City within the context of optimizing Local Own-Source Revenue (Pendapatan Asli Daerah/PAD). The main issues addressed are the consistently unmet targets for billboard tax realization and the proliferation of illegal billboards lacking permits or unpaid taxes, which reduce potential local revenue and disrupt the city's aesthetics. The research employs a descriptive qualitative method, focusing on two main problems: the effectiveness of supervision in investigating billboards without tax payment and the effectiveness of enforcing Local Regulations (Peraturan Daerah/Perda) related to billboard control. The research locations include the Local Revenue Agency (Bapenda) and the Civil Service Police Unit (Satpol PP) of Kupang City, as well as several billboard management companies. The results indicate that the effectiveness of supervision in billboard tax investigation is not yet optimal. Although the V-Tax digital system has been implemented for real-time supervision, its effectiveness is limited because the system cannot detect incidental billboards or those installed without formal licensing. Furthermore, quarterly manual supervision is insufficient to keep pace with the rapid installation cycle of temporary billboards. Other constraints include limited human resources (HR) since one team must handle various tax objects, low taxpayer compliance, and suboptimal coordination among agencies such as Bapenda, the Licensing Department, and PUPR (Public Works and Housing Department), which results in slow procedures and creates opportunities for illegal billboard practices. This irregularity creates a perception of unfairness among compliant taxpayers. The study recommends strengthening inter-agency coordination, enhancing the socialization of the V-Tax system, and enforcing stricter sanctions to boost PAD and improve city planning.</i></p>

Keyword: Supervision Effectiveness, Billboard Control, Billboard Tax, Local Own-Source Revenue (PAD), Kupang City.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pengawasan dan penertiban reklame di Kota Kupang dalam konteks optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Isu utama yang diangkat adalah realisasi pajak reklame yang tidak mencapai target dan maraknya pemasangan reklame ilegal yang tidak berizin atau belum melunasi pajak, yang berdampak pada berkurangnya potensi penerimaan daerah dan terganggunya estetika kota. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan fokus pada dua rumusan masalah utama: efektivitas pengawasan dalam investigasi reklame tanpa pelunasan pajak dan efektivitas penegakan Peraturan Daerah (Perda) terkait penertiban reklame. Lokasi penelitian meliputi Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Kupang, serta beberapa perusahaan pengelola reklame. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa efektivitas pengawasan dalam investigasi pajak reklame belum optimal. Meskipun telah diterapkan sistem digital V-Tax untuk pengawasan berbasis waktu nyata, efektivitasnya terbatas karena sistem belum mampu mendeteksi reklame insidentil atau reklame yang dipasang tanpa melalui proses perizinan resmi. Selain itu, pengawasan manual tiga bulanan tidak cukup untuk mengimbangi siklus pemasangan reklame yang cepat. Kendala lain meliputi keterbatasan sumber daya manusia (SDM) karena satu tim harus menangani berbagai objek pajak, rendahnya kesadaran wajib pajak, dan kurangnya koordinasi yang optimal antarinstansi seperti Bapenda, Dinas Perizinan, dan PUPR, yang menciptakan prosedur yang lambat dan membuka celah bagi praktik reklame ilegal. Ketidakteraturan ini menimbulkan persepsi ketidakadilan di kalangan wajib pajak yang patuh. Penelitian ini merekomendasikan penguatan koordinasi antar-SKPD, peningkatan sosialisasi V-Tax, dan penegakan sanksi yang lebih tegas untuk meningkatkan PAD dan menata tata ruang kota.

Kata Kunci: Efektivitas Pengawasan, Penertiban Reklame, Pajak Reklame, Pendapatan Asli Daerah (PAD), Kota Kupang.

A. PENDAHULUAN

Penerapan otonomi daerah di Indonesia sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 memberikan hak, wewenang, dan kewajiban bagi pemerintah daerah untuk mengatur serta mengurus kepentingan masyarakat sesuai dengan karakteristik dan potensi daerah masing-masing. Latar belakang penerapan desentralisasi tersebut tidak terlepas dari kompleksitas Indonesia sebagai negara kepulauan dengan keragaman budaya, sosial, dan ekonomi yang sangat tinggi, sehingga kebijakan sentralistik dianggap tidak lagi efektif dalam menjawab kebutuhan pembangunan. Melalui otonomi daerah, pemerintah berharap setiap daerah mampu menggali potensi lokalnya secara mandiri, mengembangkan inovasi, serta mengurangi ketergantungan kepada pemerintah pusat. Pada saat yang sama, desentralisasi juga memberi ruang bagi peningkatan kualitas pelayanan publik dan percepatan pembangunan daerah.

Dalam kerangka otonomi, kebijakan fiskal memegang peranan penting sebagai instrumen untuk mengelola pendapatan dan belanja negara maupun daerah. Kebijakan fiskal daerah tercermin melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), di mana Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi salah satu komponen utama yang menunjukkan kemandirian suatu daerah. Sumber PAD meliputi pajak daerah, retribusi, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, serta pendapatan sah lainnya. Pemerintah daerah dituntut untuk mampu mengoptimalkan sumber-sumber pendapatan tersebut agar pembangunan dapat berjalan secara efektif dan sesuai kebutuhan masyarakat. Dalam konteks ini, desentralisasi fiskal tidak hanya berdampak pada penguatan kelembagaan, tetapi juga pada peningkatan kualitas tata kelola keuangan daerah sebagai bagian dari strategi untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Abdullah, 2022).

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu daerah yang mendapat kewenangan otonomi sejak tahun 2001. Dengan luas wilayah dan karakteristik sosial ekonomi yang beragam, NTT dituntut untuk mampu meningkatkan kapasitas fiskalnya agar dapat mengurangi ketergantungan pada pemerintah pusat. Pemanfaatan potensi sumber daya alam dan manusia menjadi faktor penting dalam memperkuat PAD. Pemerintah daerah NTT terus berupaya mendorong kemandirian fiskal melalui optimalisasi sektor-sektor potensial yang dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan. Dalam konteks ini, Kota Kupang sebagai ibu kota provinsi memiliki peran strategis karena menjadi pusat kegiatan ekonomi, perdagangan, dan jasa yang berkembang pesat. Pertumbuhan ekonomi Kota Kupang yang stabil menunjukkan bahwa daerah ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan PAD melalui sektor-sektor unggulan, termasuk perpajakan daerah.

Salah satu sumber pajak daerah yang memiliki potensi besar namun belum tergarap optimal adalah pajak reklame. Reklame sebagai media promosi telah menjadi bagian penting dari dinamika perekonomian kota, terutama di wilayah perkotaan yang terus berkembang seperti Kota Kupang. Berbagai bentuk reklame mulai dari baliho, spanduk, billboard, hingga megatron menjadi alat promosi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan produk atau jasanya. Namun, realisasi pajak reklame Kota Kupang dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa kontribusinya terhadap PAD masih belum maksimal. Data Bapenda Kota Kupang menunjukkan bahwa sejak tahun 2019 hingga 2024, realisasi pajak reklame secara konsisten tidak mencapai target. Rendahnya realisasi ini diperburuk oleh meningkatnya jumlah reklame ilegal yang tidak berizin, tidak membayar pajak, atau melanggar ketentuan penyelenggaraan reklame (Abdullah, 2017).

Permasalahan tersebut muncul karena berbagai faktor, salah satunya adalah kurangnya kepatuhan para pelaku usaha atau penyelenggara reklame terhadap kewajiban administratif seperti pengurusan izin, pelunasan pajak, dan kepatuhan terhadap masa berlaku izin. Data penertiban Satuan Polisi Pamong Praja Kota Kupang menunjukkan bahwa ratusan reklame liar ditindak dalam rentang waktu hanya tiga bulan pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpatuhan penyelenggara reklame merupakan persoalan serius yang berdampak langsung terhadap berkurangnya potensi penerimaan daerah. Kondisi ini bukan hanya merugikan pemerintah daerah dari sisi fiskal, tetapi juga menciptakan persoalan estetika kota, keselamatan publik, serta ketidakadilan bagi pelaku usaha yang patuh terhadap ketentuan.

Pemerintah Kota Kupang telah mengeluarkan berbagai regulasi untuk menata penyelenggaraan reklame, antara lain Peraturan Daerah Kota Kupang Nomor 3 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Peraturan Wali Kota Kupang Nomor 2c Tahun 2017 tentang Pengendalian, Pengawasan, dan Penertiban Reklame. Regulasi ini mengatur secara rinci kewajiban penyelenggara reklame, tata ruang reklame, perizinan, pengawasan, sanksi, hingga pembongkaran reklame yang melanggar. Selain itu, pemerintah membentuk Tim Kerja Pengendalian, Pengawasan, dan Penertiban Reklame yang melibatkan delapan SKPD dengan tugas dan fungsi masing-masing untuk memastikan proses perizinan, pengawasan teknis, penagihan pajak, serta penertiban berjalan sesuai ketentuan. Meski demikian, implementasi kebijakan belum sepenuhnya efektif karena koordinasi antarinstansi belum optimal dan tingkat kesadaran masyarakat masih rendah.

Pemerintah berusaha memperbaiki sistem pengawasan dan menyediakan titik-titik pemasangan reklame yang legal serta strategis untuk mempermudah pengendalian. Namun, kenyataannya, maraknya pemasangan reklame ilegal menunjukkan bahwa mekanisme pengawasan masih menghadapi tantangan besar. Ketidaktertiban reklame tidak hanya menurunkan pendapatan daerah tetapi juga berpotensi menciptakan persaingan tidak sehat antar pelaku usaha, mengganggu estetika kota, dan menimbulkan risiko keselamatan. Dalam jangka panjang, masalah ini dapat menghambat upaya pemerintah dalam mencapai target PAD serta mengurangi efektivitas pembangunan daerah. Berbagai temuan pelanggaran penyelenggaraan reklame di sejumlah titik strategis di Kota Kupang menjadi bukti bahwa diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem pengawasan dan penegakan hukum agar pengelolaan pajak reklame dapat berjalan lebih optimal (Aghniya, 2022).

Penyelenggaraan reklame di Kota Kupang merupakan isu penting dalam konteks optimalisasi Pendapatan Asli Daerah, peningkatan tata kelola pemerintahan, dan pembangunan kota yang berkelanjutan. Ketidaktertiban pemasangan reklame menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi dan implementasi di lapangan, sehingga perlu dilakukan penguatan pengawasan, perbaikan koordinasi antar SKPD, peningkatan sosialisasi kepada masyarakat, dan penegakan sanksi yang lebih tegas terhadap para pelanggar. Upaya-upaya ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pemungutan pajak reklame sekaligus memperbaiki tata ruang dan estetika Kota Kupang sebagai pusat pertumbuhan ekonomi di wilayah NTT.

Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup dua hal, yaitu bagaimana efektivitas pengawasan dalam investigasi reklame tanpa pelunasan pajak di Kota Kupang serta

bagaimana efektivitas penegakkan Perda terkait penertiban reklame di Kota Kupang. Sejalan dengan rumusan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan efektivitas pengawasan dalam investigasi reklame yang belum melunasi pajak serta menjelaskan efektivitas penegakkan Perda dalam proses penertiban reklame di Kota Kupang.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagaimana dijelaskan oleh Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2020), yang menekankan pengumpulan data berupa kata-kata, narasi, dan dokumentasi visual untuk menghasilkan deskripsi mendalam mengenai efektivitas pengawasan dan penertiban reklame di Kota Kupang. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali secara holistik persepsi, pengalaman, serta mekanisme kerja para pihak yang terlibat, seperti pejabat SKPD terkait dan pelaku usaha reklame. Penelitian dilakukan di Badan Pendapatan Daerah Kota Kupang, Satuan Polisi Pamong Praja, serta dua perusahaan pengelola reklame, yaitu CV. Creative Warna Advertising dan PT. Sasando Baru Kupang, yang dipilih karena memiliki kewenangan dan peran langsung terhadap pengawasan, penertiban, serta pelaksanaan operasional reklame. Fokus penelitian berlandaskan teori dan studi terdahulu yang kemudian disempurnakan melalui temuan lapangan, dengan subfokus meliputi ketepatan waktu, kecukupan SDM, mekanisme kerja, komunikasi, serta penyaluran dana dalam kegiatan pengawasan dan penegakan Perda reklame. Untuk memperoleh data yang relevan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling dengan informan utama seperti Kepala Bidang Pengawasan dan Pengendalian Bapenda, Kepala Bidang Penegakkan Perda Satpol PP, serta beberapa pemilik reklame, ditambah informan tambahan berdasarkan kebutuhan data. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi, sedangkan sumber data sekunder berasal dari regulasi, arsip, dan dokumen resmi (Sutrisno, 2007).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam yang dilaksanakan dengan pedoman umum wawancara, dokumentasi yang meliputi foto, arsip, dan catatan penting, serta observasi terhadap kondisi reklame di lokasi yang menjadi perhatian informan. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang dilakukan secara berulang hingga mencapai titik jenuh. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan, mengorganisasikan data terkait pengawasan dan penertiban reklame, serta mengeliminasi

indikator yang tidak sesuai dengan temuan lapangan. Tahap display data dilakukan dalam bentuk narasi sistematis untuk memudahkan pemahaman pola dan tema penelitian, sementara penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dan diverifikasi sampai ditemukan konsistensi data. Validitas data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode untuk memastikan keakuratan serta kredibilitas informasi, sehingga temuan penelitian benar-benar merepresentasikan kondisi objektif mengenai efektivitas pengawasan dan penertiban reklame di Kota Kupang.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Pengawasan Dalam Investigasi Reklame Tanpa Pelunasan Pajak di Kota Kupang

Pengawasan pelunasan pajak reklame merupakan proses pemantauan dan pemeriksaan terhadap kepatuhan para penyelenggara reklame dalam memenuhi kewajiban pembayaran pajak sesuai ketentuan yang berlaku. Pengawasan ini bertujuan memastikan setiap reklame yang dipasang telah melalui prosedur administrasi yang sah, termasuk pelunasan pajak sebelum penayangan reklame dilakukan. Dalam konteks teori efektivitas pengawasan yang dikemukakan oleh Aswar Annas (2017), keberhasilan pengawasan ditentukan oleh beberapa indikator seperti ketepatan waktu pelaksanaan investigasi, tugas dan fungsi serta kecukupan sumber daya manusia, mekanisme kerja yang jelas, kerja sama dan komunikasi antarinstansi, serta penyaluran anggaran yang tepat dalam setiap tahapan pengawasan (Boimata, 2023).

Berdasarkan kerangka teori tersebut, penelitian ini menilai efektivitas investigasi reklame tanpa pelunasan pajak yang dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Kupang, terutama dalam menegakkan ketentuan sebagaimana tercantum dalam Keputusan Walikota Kupang Nomor 167/KEP/HK/2023 dan tugas pokok fungsi Bapenda. Untuk memperoleh data, peneliti mewawancara Kepala Bidang Pengawasan dan Pengendalian Bapenda Kota Kupang, Kepala Subkoordinator Keberatan dan Angsuran Bapenda Kota Kupang, serta beberapa vendor reklame seperti Pak Sandy (CV Creative Warna Advertising), Pak Ono dan Pak Hendra (PT Sasando Baru). Selain itu, peneliti juga mencoba menghubungi beberapa vendor reklame lain yang diketahui melakukan pelanggaran pajak, namun tidak memperoleh respons lebih lanjut.

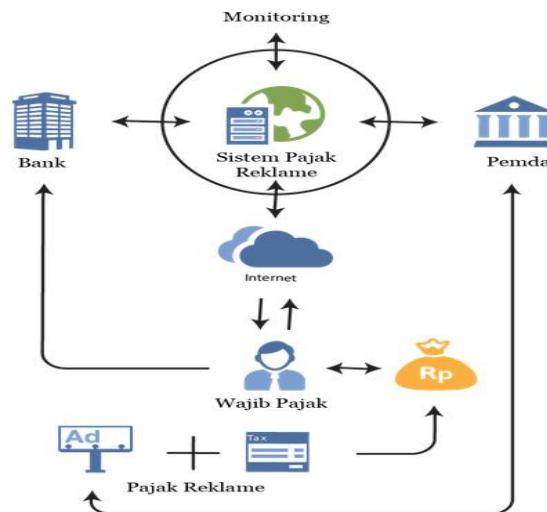
Ketepatan Waktu Dalam Investigasi Reklame Tanpa Pelunasan Pajak

Untuk membantu pengawasan reklame dalam investigasi reklame tanpa pelunasan pajak dapat berjalan tepat waktu Bapenda Kota Kupang menggunakan teknologi V-Tax. V-Tax

merupakan teknologi yang membantu memonitoring objek pajak reklame dan menyediakan layanan lengkap mulai dari pelaporan pajak reklame, penerbitan surat ketetapan pajak, pembayaran online, monitoring pembayaran, penerbitan surat tagihan, hingga pembuatan laporan-laporan yang memudahkan pemerintah daerah dalam memastikan pengelolaan pajak reklame berjalan sesuai aturan yang berlaku dan dapat memastikan penagihan pajak tepat waktu jika pemilik reklame sudah teridentifikasi dalam sistem V-Tax (Chaniago, 2025).

Tetapi Pajak reklame yang merupakan objek pajak yang sedikit berbeda dari objek pajak lainnya. Karena untuk melakukan pengawasan terhadap pajak reklame jika reklame didirikan tanpa izin dan tidak melalui prosedur resmi maka akan sulit teridentifikasi keterangan pelunasan pajaknya. Hal seperti ini terjadi bila reklame berdiri tanpa izin, atau reklame dari event-event tertentu yang berjalan dalam kurun waktu singkat. Hal-hal ini yang menyebabkan pengawasan pajak reklame berjalan kurang efektif (Darise, 2010).

Hasil penelitian mengatakan Pengawasan pajak reklame di Kota Kupang kini sepenuhnya tersistem melalui penggunaan V-Tax sistem tersebut secara otomatis memberi pemberitahuan ketika masa berlaku pajak reklame telah habis, sehingga pengawasan bisa dilakukan secara kontinu, lebih efisien, dan memungkinkan deteksi otomatis terhadap keberadaan dan status pajak reklame kapan saja.



Gambar 1 Alur V-tax

sumber: web V-Tax

Alur kerja V-Tax pada gambar tersebut menunjukkan bagaimana proses pengelolaan pajak reklame berlangsung. Proses dimulai dari wajib pajak yang melakukan pengajuan izin reklame di perizinan kemudian pelaporan reklame melalui akses internet menuju sistem

pajak reklame Bapenda (Dhiu, 2025). Data reklame yang dimasukkan seperti ukuran, jenis, lokasi, dan durasi pemasangan langsung terekam dalam sistem.

Setelah data diterima, pemerintah daerah melalui instansi teknis, khususnya Bapenda, melakukan pemeriksaan administrasi dan penetapan besaran pajak sesuai ketentuan Perda. Informasi mengenai nilai pajak yang wajib dibayar kemudian dikirim kembali kepada wajib pajak melalui sistem yang sama. Wajib pajak selanjutnya melakukan pembayaran melalui bank yang telah bekerja sama, dan bank akan mengirimkan notifikasi otomatis ke sistem untuk memastikan bahwa transaksi pembayaran sudah tervalidasi (Guntoro, 2021).



Gambar 2 Interface Halaman Login dan Halaman Cek Tagihan

Sumber: web v-tax

Hasil penelitian mengatakan pajak reklame memiliki karakteristik berbeda dibanding pajak lain karena banyak reklame dipasang hanya dalam waktu singkat, misalnya dipasang pada hari Sabtu dan sudah dicopot pada hari Senin (Cholily, 2023). Pengawasan pajak reklame menghadapi tantangan karena banyak reklame bersifat jangka pendek, misalnya dipasang di akhir pekan dan dilepas tidak lama kemudian sehingga sering kali tidak memiliki izin dan sulit terdeteksi. Monitoring lapangan dilakukan manual setiap tiga bulan, tetapi siklus pemasangan reklame yang cepat sering membuat reklame baru muncul setelah periode penagihan selesai, sehingga pengawasan menjadi tidak optimal. Ada pelaku reklame yang mengaku telah mengurus izin dan membayar pajak sesuai prosedur, namun terdapat reklame lain yang terpasang tanpa izin dan tanpa bukti pembayaran pajak, yang menurutnya mencerminkan ketidakadilan dan dugaan praktik kesepakatan tertentu, serta menunjukkan bahwa pengawasan belum dijalankan secara tegas.

Pengurusan perizinan reklame yang lambat sering merugikan pelaku usaha, karena proses yang seharusnya sederhana dapat memakan waktu lama. Pengawasan dari instansi

terkait dianggap tidak berjalan maksimal hal ini memunculkan ruang bagi pihak tertentu untuk memasang reklame tanpa izin, sehingga terjadi ketidakseimbangan persaingan usaha. Sistem pembayaran pajak reklame bergantung pada diterbitkannya SKPD oleh otoritas pajak karena pelaku usaha harus menunggu SKPD sebelum membayar, kemungkinan keterlambatan pembayaran menjadi tinggi. Meskipun sistem digital telah diperkenalkan, informasi tentang implementasinya dan kewajiban penggunaannya belum disosialisasikan secara optimal, sehingga pelaku usaha masih bergantung pada mekanisme manual.

Pemerintah daerah telah mengadopsi sistem digital V-TAX sebagai instrumen utama pengawasan pajak reklame. Sistem ini dirancang untuk memberikan notifikasi otomatis ketika masa berlaku pajak reklame berakhir, sehingga memungkinkan identifikasi objek reklame dengan cepat dan akurat. Namun demikian, praktik di lapangan menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran pajak reklame masih sangat tergantung pada penerbitan surat ketetapan pajak (SKPD) oleh otoritas pajak, dan belum seluruh pelaku reklame menggunakan V-TAX karena sistem ini masih relatif baru dan belum disosialisasikan secara optimal. Akibatnya, ketepatan waktu pelunasan pajak dan pemantauan reklame belum bisa sepenuhnya dijamin. Pengawasan manual terhadap reklame temporer misalnya reklame untuk event singkat juga mengalami kendala. Karena pemasangan reklame sering terjadi untuk durasi pendek dan kadang tanpa izin, banyak reklame yang muncul dan hilang dalam waktu singkat sehingga sulit dideteksi, meskipun ada monitoring lapangan berkala. Selain itu, terdapat keluhan bahwa meskipun beberapa pelaku reklame mematuhi regulasi dan membayar pajak sesuai prosedur, ada reklame lain di lokasi strategis yang diduga dipasang tanpa izin dan tanpa kejelasan status pajak. Hal ini menimbulkan persepsi ketidakadilan dan dugaan bahwa pengawasan dan penegakan aturan belum dilakukan secara konsisten.

Sumber Daya Manusia Dalam Investigasi Reklame Tanpa Pelunasan Pajak

Sumber daya manusia memegang peranan penting dalam proses pengawasan melalui investigasi dan pendataan reklame tanpa pelunasan pajak. Untuk mencapai efektivitas pengawasan, jumlah dan kualitas tenaga pengawas harus memadai serta memiliki kompetensi teknis yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Pengawas perlu mampu melakukan pemetaan lokasi reklame yang melanggar ketentuan, melakukan penelusuran di berbagai titik di Kota Kupang, serta memastikan setiap objek pajak terdata secara akurat. Dengan luasnya wilayah pengawasan dan banyaknya reklame yang terpasang, ketersediaan SDM yang terlatih dan mencukupi sangat menentukan keberhasilan pencapaian target pajak reklame. Di Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Kupang, anggota investigasi dan

pendataan wajib pajak memang memiliki peran strategis, namun kenyataannya mereka masih menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi optimalisasi pengawasan. Penempatan sumber daya manusia di instansi terkait secara struktural telah mengikuti uraian tugas organisasi distribusi pegawai setiap bidang dinilai sudah sesuai kebutuhan. Namun, dalam praktik pelaksanaan pengawasan terhadap reklame, tim pengawasan menghadapi beban tugas tunggal atas berbagai objek pajak secara bersamaan, termasuk pajak reklame, PBB, penagihan, dan lainnya. Karena objek pajak reklame tersebar luas (hingga ke seluruh kelurahan), jumlah dan jangkauan reklame sangat besar, sehingga beban kerja petugas menjadi tinggi. Akibatnya, pengawasan langsung di lapangan menjadi kurang optimal kegiatan operasional seperti investigasi reklame tanpa pelunasan pajak maupun penagihan tidak dapat dilakukan secara menyeluruh.

Mekanisme Kerja Yang Baik Dalam Investigasi Reklame Tanpa Pelunasan Pajak

Menurut Keputusan Walikota Kupang Nomor 167/KEP/HK/2023 tentang Tim Kerja Pengendalian, Pengawasan, dan Penertiban Reklame Kota Kupang, Bapenda Kota Kupang memiliki tugas penting dalam penyusunan pemetaan dan penetapan titik-titik strategis penyelenggaraan reklame. Selain itu, Bapenda juga bertanggung jawab menyusun investigasi serta pendataan reklame yang tidak sesuai ketentuan, termasuk yang tidak menaati kewajiban pelunasan pajak, untuk kemudian ditindaklanjuti oleh tim kerja. Hasil penelitian mengatakan meskipun mekanisme kerja pengawasan pajak reklame telah berjalan cukup baik, masih terdapat kendala signifikan terkait rendahnya kesadaran wajib pajak. Banyak wajib pajak yang langsung memasang reklame tanpa melaporkan terlebih dahulu, sehingga pengawasan dan proses penagihan menjadi tidak optimal. Kepala Bidang Pengawasan dan Pengendalian menegaskan bahwa setiap tahun petugas harus turun melakukan pendataan ulang karena pelanggaran seperti ini terus berulang (Purnama, 2021). Selain persoalan kesadaran wajib pajak, dinamika koordinasi antarinstansi juga menjadi perhatian. pentingnya kerja sama dengan pihak kelurahan yang berada paling dekat dengan titik persebaran reklame, serta koordinasi antar dinas karena pendataan dilakukan oleh Bapenda sementara penertiban berada di bawah kewenangan Satpol PP. Sementara itu, permasalahan dari sisi pengelola reklame juga muncul, mekanisme perizinan reklame sering kali terhambat oleh proses pemeriksaan berulang serta minimnya komunikasi formal, seperti tidak adanya surat pemberitahuan survei dari PUPR sehingga pemohon harus proaktif mengejar proses tersebut. Kondisi ini membuat sebagian pengelola memilih memasang reklame tanpa izin karena

proses yang lama dapat merugikan modal, sehingga pada akhirnya berdampak pada ketidakjelasan status pajak reklame (Rachmawatie, 2021).

Hasil penelitian mengatakan wajib pajak belum memiliki kesadaran dan tidak mematuhi aturan. Sehingga Bapenda terpaksa harus mengalokasikan banyak waktu dan tenaga untuk pendataan ulang tiap tahun. Hal ini membebani sumber daya Bapenda, yang seharusnya bisa lebih efisien dalam mengelola dan mengawasi pemasangan reklame dengan data yang sudah terupdate dan valid. Aktivitas pendataan ulang yang dilakukan oleh petugas lapangan menjadi kurang efektif karena lebih banyak mengandalkan pendataan manual dan kunjungan fisik (Johannes, 2022). Selain itu untuk mendukung mekanisme kerja dalam investigasi dan pendataan reklame tanpa pelunasan pajak diperlukan penguatan koordinasi yang baik dengan pihak kelurahan, mengingat kelurahan merupakan pemerintahan terdekat dengan lokasi persebaran reklame dan memiliki peran penting dalam memberikan informasi, sehingga ini dapat meningkatkan akurasi identifikasi reklame tanpa pelunasan pajak melalui pendataan dan dapat mempercepat penanganan pelanggaran.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mekanisme kerja dalam proses pengawasan dalam investigasi reklame tanpa pelunasan pajak di Kota Kupang masih menghadapi berbagai kendala dan koordinasi antarinstansi dan pemilik reklame itu sendiri. Informan menjelaskan bahwa alur kerja yang ideal seharusnya dimulai dari pengajuan permohonan di Dinas Perizinan, dilanjutkan dengan pengecekan kelengkapan berkas, dan kemudian diteruskan ke Dinas PUPR untuk verifikasi teknis melalui survei lapangan. Namun, dalam praktiknya, tahapan ini tidak berjalan sebagaimana mestinya. Informan menegaskan bahwa Dinas PUPR sering kali tidak mengeluarkan surat resmi untuk pelaksanaan survei, melainkan hanya menyampaikan rencana survei secara verbal tanpa tindak lanjut yang konsisten. Ketidakteraturan mekanismenya ini turut berkontribusi terhadap maraknya pemasangan reklame tanpa izin, karena ketidakjelasan prosedur teknis menghambat proses legalisasi, sehingga status perpajakannya pun menjadi tidak pasti. (Sari, 2024)

Kerja Sama Dan Komunikasi Dalam Investigasi Reklame Tanpa Pelunasan Pajak

Pengawasan melalui investigasi dan pendataan terhadap reklame tanpa pelunasan pajak membutuhkan koordinasi yang kuat antara Bapenda dan Dinas Perizinan, terutama karena data pajak reklame baru muncul setelah izin terbit. Namun, dalam praktiknya sering terjadi reklame dipasang tanpa melalui proses perizinan terlebih dahulu dan banyak reklame bersifat insidental seperti event balap atau konser yang hanya berlangsung singkat. Jika Bapenda menunggu izin terbit, reklame tersebut sudah terpasang bahkan sudah dilepas

sebelum dapat terdeteksi, sehingga petugas sering harus turun langsung ke lapangan untuk melakukan pendataan dan penagihan, banyak reklame dipasang pada akhir pekan dan diturunkan dalam waktu singkat tanpa izin resmi, sehingga sulit terdata oleh Bapenda. Di sisi lain, pemilik reklame seperti Pak Sandy merasa terdapat ketidakadilan dalam proses perizinan. Ia mencontohkan kasus di sekitar Bundaran Tirosa, di mana pihak lain memperoleh izin karena membangun taman, sedangkan permohonannya ditolak meskipun ia bersedia memperbaiki area taman menggunakan rumput Jepang. Hal ini menimbulkan persepsi bahwa prosedur perizinan belum berjalan secara konsisten (Suriadi, 2024).

Selain persoalan perizinan, adanya kendala komunikasi dan kerja sama antara pengelola reklame dan Bapenda. Ia menilai proses pengurusan izin seringkali sulit dan terkesan berbeda antar pelaku usaha, sehingga sebagian pihak memilih memasang reklame tanpa menunggu izin demi mengejar waktu. Hal ini berakibat pada tidak terdatanya reklame dan terhambatnya penerimaan pajak. Di sisi lain terdapat kurangnya sosialisasi terkait peluncuran aplikasi v-tax. Menurutnya, meskipun aplikasi tersebut diluncurkan secara resmi, tidak ada pemberitahuan atau surat edaran kepada badan usaha mengenai tata cara penggunaan dan kewajiban pelaporan melalui sistem baru tersebut, sehingga pelaku usaha merasa kurang mendapatkan bimbingan dalam proses transisi menuju digitalisasi layanan. Koordinasi dan komunikasi antara Bapenda dan Dinas Perizinan belum berjalan optimal dalam investigasi reklame tanpa pelunasan pajak. Reklame idealnya hanya dapat dipasang setelah izin terbit, namun dalam praktiknya banyak pelaku usaha yang memasang reklame tanpa menunggu izin selesai diproses. Hal ini menciptakan kesenjangan. Ketika Bapenda menunggu terbitnya izin sebelum melakukan penagihan pajak, instalasi reklame yang bersifat insidental seperti promosi event, konser, atau kegiatan singkat lainnya sudah terlanjur dipasang dan dicopot kembali dalam hitungan hari.

Penjelasan dari Kepala Bidang Pengawasan dan Pengendalian Bapenda memperkuat temuan, bahwa reklame dengan masa tayang sangat pendek sering kali tidak terdeteksi dalam investigasi reklame Bapenda karena mekanisme perizinan dan koordinasi dengan Bapenda tidak dilakukan secara tepat waktu, dan izin yang diajukan biasanya baru keluar setelah masa tayang selesai. Hal ini menandakan bahwa kerja sama dan komunikasi formal antar instansi yang bertanggung jawab atas pengawasan belum berjalan efektif, sehingga informasi mengenai pemasangan reklame tidak dapat diterima Bapenda secara waktunya (Tari, 2023).

Masalah koordinasi dan komunikasi tidak hanya terjadi antarinstansi pemerintah, tetapi juga tampak pada hubungan antara pemerintah dan pelaku usaha. Pemilik reklame, Pak Sandy, mengemukakan adanya ketidakkonsistenan dalam pemberian izin, di mana beberapa pihak memperoleh izin karena memberikan kontribusi fisik berupa penataan taman, sementara pihak lain tidak mendapatkan perlakuan serupa meskipun menawarkan model kerja sama yang sama dengan pemerintah. Tersapat juga problem lain, yakni persepsi bahwa proses perizinan reklame dipengaruhi oleh kedekatan personal dan tidak dijalankan secara konsisten. Persepsi ini melemahkan kepercayaan terhadap penyelenggaraan reklame yang adil, sehingga menghambat pengawasan dan investigasi reklame yang tidak melunasi pajak (Yolanda, 2015). Inovasi digital melalui aplikasi V-Tax sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas pendataan dan pembayaran pajak. Namun implementasinya tidak berjalan efektif karena kurangnya sosialisasi formal dan komunikasi teknis yang memadai.

Penyaluran Dana Yang Benar Dana Yang Benar Dalam Investigasi Reklame Tanpa Pelunasan Pajak

Penyaluran dana dari Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Kupang untuk pengawasan reklame tanpa tanda pelunasan pajak pada umumnya dialokasikan melalui anggaran operasional pemerintah daerah. Dana ini digunakan untuk membiayai berbagai kegiatan pengawasan, termasuk investigasi dan pendataan reklame ilegal atau reklame yang menunggak pajak. Anggaran tersebut merupakan bagian dari alokasi khusus untuk fungsi pengawasan pajak reklame, sehingga dapat mendukung pelaksanaan tugas-tugas lapangan yang berkaitan dengan penertiban dan pemantauan reklame.

Hasil Penelitian menyatakan penyaluran dana operasional untuk pengawasan reklame sejauh ini sudah berjalan dengan baik. Dana tersebut banyak digunakan untuk mendukung perjalanan dinas serta pembayaran lembur bagi petugas lapangan. Meskipun demikian, ia juga menegaskan bahwa alokasi dana masih belum sepenuhnya maksimal dan terdapat keterbatasan dalam pemenuhan seluruh kebutuhan operasional. Walau begitu, anggaran yang tersedia tetap dimanfaatkan secara optimal sesuai kebutuhan, kebutuhan operasional dasar seperti bahan bakar kendaraan dan uang makan bagi petugas terkadang tidak menentu karena bergantung pada anggaran yang tersedia. Selain itu, masih terdapat keterbatasan alat pendukung dalam pengawasan, terutama ketika reklame dipasang pada ketinggian tertentu sehingga petugas sering harus mengandalkan perkiraan ukuran. Hal ini menjadi kendala khususnya ketika berhadapan dengan reklame yang dipasang sendiri oleh toko atau pihak

non-vendor yang tidak memiliki standar ukuran yang jelas (Annas, 2017). Selain itu adanya keterbatasan anggaran yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan investigasi reklame tanpa pelunasan pajak oleh petugas di lapangan, khususnya terkait dengan kebutuhan operasional seperti transportasi, konsumsi dan alat pendukung. Hal ini dapat mengganggu kelancaran tugas pengawasan dan mungkin menyebabkan pengawasan tidak optimal, karena kurangnya sumber daya berupa anggaran operasional untuk memantau semua lokasi reklame secara menyeluruh (Atmoseoprapto, 2002). Selain itu juga dana yang ada masih belum maksimal, karena petugas Bapenda memerlukan alat untuk mengukur ukuran reklame yang besar yang sulit dijangkau secara manual, karena semakin besar ukuran reklame semakin tinggi nilai sewa reklame, dan akibatnya pajak reklame yang harus dibayarkan juga semakin besar (Budiani, 2007).

Efektivitas Penegakan Perda Penertiban Reklame Di Kota Kupang

Penertiban reklame merupakan proses penegakan Peraturan Daerah terhadap pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame, dengan tujuan memastikan bahwa pemasangan reklame di wilayah Kota Kupang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penertiban ini mencakup tindakan terhadap reklame yang tidak memenuhi aspek pengawasan yaitu izin dan juga pelunasan terhadap pajak reklame. Dalam konteks teori efektivitas pengawasan dan penertiban yang dikemukakan oleh Aswar Annas (2017), keberhasilan penertiban ditentukan oleh sejumlah indikator, antara lain ketepatan waktu tindakan, peran, tugas kecukupan sumber daya manusia, mekanisme kerja yang jelas dan terstruktur, kerja sama dan komunikasi yang efektif antarinstansi, serta penyaluran anggaran yang tepat untuk mendukung praktik penegakan di lapangan.

Berdasarkan kerangka teori tersebut, penelitian ini menilai efektivitas penertiban pelanggaran reklame di Kota Kupang yang dilaksanakan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) sebagai pelaksana utama penegakan Perda, sesuai Peraturan Walikota Nomor 2c Tahun 2017 dan Keputusan Walikota Kupang Nomor 167/KEP/HK/2023. Proses penertiban dilakukan melalui koordinasi dengan SKPD teknis seperti Bapenda, Perizinan, dan PUPR, untuk selanjutnya melaksanakan penegakan Perda terkait pelanggaran-pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame di Kota Kupang. Dalam penelitian ini Penegakan Perda yang dimaksud ada adalah terkait dengan pelanggaran Pengawasan yaitu pajak reklame dan Penertiban reklame di Kota Kupang.

Ketepatan Waktu Dalam Penegakkan Perda Penertiban Reklame

Ketepatan waktu dalam pelaksanaan penegakan Perda penertiban reklame bergantung pada beberapa faktor, seperti proses patroli lapangan, kondisi cuaca, serta koordinasi antar-organisasi perangkat daerah (OPD). Pembongkaran reklame oleh Satpol PP hanya dilakukan setelah adanya koordinasi dengan Bapenda, PUPR, dan OPD teknis lainnya untuk memastikan dasar pelanggaran. Hasil penelitian mengatakan bahwa patroli biasanya dilakukan siang hari dan dapat dipicu oleh laporan dari masyarakat atau kelurahan. Namun, penertiban terkadang terkendala cuaca buruk, terutama ketika spanduk atau banner terlepas akibat angin kencang, sehingga pembongkaran harus menunggu hingga kondisi membaik dan dilakukan bersama tim terkait seperti BPBD. Satpol PP baru turun setelah bukti pelanggaran lengkap dan teguran tidak diindahkan, seperti kasus pembongkaran reklame di depan Transmart yang dipasang tanpa izin di taman kota (Hasibuan, 2014). Selain itu satpol PP bekerja berdasarkan instruksi dari Bapenda, PUPR, atau Dinas Perizinan, sehingga tidak bergerak secara mandiri. Pada kasus reklame yang menunggak pajak, tindakan yang dilakukan umumnya hanya penyegelan dari Bapenda sampai tunggakan dilunasi, bukan pembongkaran. Menurutnya, pembongkaran biasa terjadi pada baliho politik menjelang pemilu, sementara untuk reklame komersial pemerintah terbatas dalam pendanaan untuk melakukan pembongkaran. Ia juga menyinggung persoalan lain terkait keberadaan bangunan warga yang menghalangi sebagian papan reklamenya, yang membuat proses pengaduan semakin sulit (Spradley, 2007).

Penertiban reklame di Kota Kupang belum berjalan secara konsisten. Ia menyebut banyak reklame yang melanggar aturan tetapi tetap dibiarkan berdiri tanpa tindakan tegas dari pemerintah. Ia mencontohkan reklamenya di lampu merah Patung Kirab yang bagian bawahnya terhalang oleh konstruksi lain di sekitarnya. Meskipun ia telah mengajukan aduan, hingga kini belum ada respons atau tindakan lebih lanjut dari pihak berwenang. Kondisi ini menurutnya menunjukkan kurangnya etika pelayanan dan ketegasan pemerintah dalam menjaga ketertiban reklame di Kota Kupang. Satpol PP melaksanakan penertiban reklame berdasarkan mekanisme kerja yang sudah ada sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya (Makmur, 2011).

Patroli Satpol PP dilakukan secara rutin pada siang hari, khususnya untuk memantau keberadaan dan kondisi fisik reklame. Penertiban tidak dilakukan secara mandiri, tetapi melalui koordinasi dengan Bapenda, dan SKPD teknis lain, terutama pada tahap pembongkaran. Keterangan dari Satpol PP menunjukkan bahwa pelanggaran reklame meningkat pada momentum tertentu, seperti menjelang pemilu, ketika banyak baliho

nonstandar (khususnya berbahan kayu) dipasang tanpa izin. Penertiban juga dipengaruhi kondisi eksternal seperti cuaca buruk, yang membuat spanduk terlepas dan membahayakan pengguna jalan. Kasus penertiban reklame di depan Transmart Kupang yang dipasang di area taman kota menggambarkan pelanggaran yang terjadi terkait pemasangan reklame tanpa izin dan tanpa pelunasan pajak. Dari kronologi yang disampaikan, tindakan pemasangan dilakukan pada malam hari untuk menghindari kewajibannya.

Di sisi lain, perspektif pemilik reklame memperlihatkan adanya kesenjangan antara reklame, minimnya respons pemerintah terhadap aduan mengenai gangguan terhadap unit reklame yang terhalang oleh konstruksi di luar reklame, sehingga menimbulkan kesan bahwa pemerintah tidak memberikan pelayanan yang responsif. Sikap ini memunculkan persepsi bahwa penegakan Perda tidak dijalankan secara konsisten dan tidak memberikan kepastian bagi pelaku usaha.

Sumber Daya Manusia Dalam Penegakkan Perda Penertiban Reklame

Sumber daya manusia merupakan aspek penting dalam penertiban reklame, mengingat ukuran reklame yang besar dan berat membutuhkan anggota Satpol PP yang kuat secara fisik dan jumlah yang memadai untuk melakukan pembongkaran. Hasil penelitian mengatakan penempatan anggota telah mengikuti struktur organisasi, meskipun tidak semua memiliki pengalaman teknis spesifik karena aspek teknis merupakan tugas OPD terkait. Namun demikian, banyak anggota Satpol PP berasal dari latar belakang atlet dan sudah terbiasa menghadapi situasi lapangan yang menuntut, termasuk perdebatan hingga potensi kontak fisik. Satpol PP Kota Kupang memiliki total 237 anggota, terdiri dari 224 personel operasional dan 13 pejabat, yang terbagi dalam delapan regu dengan jumlah berbeda pada setiap regu. Pembagian ini memungkinkan fleksibilitas dalam operasi, di mana dua hingga tiga regu dapat turun bersamaan saat patroli siang atau malam, ditambah dukungan dari OPD lain seperti Bapenda, PUPR, serta pihak kelurahan ketika diperlukan. Selain itu penempatan sumber daya manusia di Satpol PP Kota Kupang telah mengikuti struktur organisasi sehingga secara administratif pembagian tugas telah berjalan sesuai dengan ketentuan kelembagaan. Selain itu sumber daya manusia di Satpol PP saat ini dianggap cukup. Hal ini juga dikuatkan dengan pola kerja kolaboratif antar SKPD teknis. Artinya, dalam pelaksanaan penertiban reklame, tidak hanya mengandalkan Satpol PP, melainkan juga melibatkan berbagai instansi. Keterlibatan banyak pihak ini membantu menutupi kekurangan personel jika ada, serta memperlancar koordinasi lintas sektor. Satpol PP sendiri memiliki 224 anggota ditambah 13 Pejabat Satuan, yang dibagi ke dalam beberapa regu yang akan turun ke lapangan dalam

kegiatan penertiban, 2–3 regu bisa diturunkan sekaligus Hal ini menunjukkan adanya persiapan dan pengaturan personel yang cukup baik, dan memungkinkan penugasan secara bergilir namun tetap siaga di berbagai waktu.

Mekanisme Kerja Yang Baik Dalam Penegakkan Perda Penertiban Reklame

Mekanisme kerja dalam penertiban reklame dilakukan melalui tahapan yang terstruktur dan melibatkan berbagai instansi teknis. Proses dimulai dari penyusunan perencanaan penyelenggaraan reklame oleh pemerintah daerah berdasarkan Peraturan Daerah Kota Kupang No. 3 Tahun 2015 dan Peraturan Walikota Kupang Tahun 2017, termasuk pembentukan tim kerja. Tim ini bertugas melakukan koordinasi pengawasan untuk memastikan reklame memenuhi ketentuan izin, standar konstruksi, serta kewajiban pajak. Jika ditemukan pelanggaran, Satpol PP menindak sesuai prosedur setelah SKPD teknis menyatakan jenis pelanggaran berdasarkan bukti dokumen. Pembongkaran dilakukan hanya jika pemilik reklame tidak dapat menunjukkan dokumen izin dan pemenuhan kewajiban sebagaimana diatur dalam SOP.

Hasil penelitian mengatakan mekanisme kerja tersebut belum berjalan efektif di lapangan. Ia menilai proses perizinan sering kali lambat dan tidak merata, bahkan diduga dipengaruhi faktor kedekatan tertentu sehingga beberapa pihak mendapatkan kemudahan dalam penerbitan izin, sementara yang lain diperlambat. Kondisi ini menghambat ketertiban penyelenggaraan reklame karena penertiban Satpol PP harus menunggu arahan dari Perizinan, PUPR, dan Bapenda. Menurutnya, banyak reklame yang tidak memiliki izin justru tetap berdiri karena adanya permainan internal yang membuat sistem penertiban menjadi kurang optimal (Tangkilisan, 2002). Dari hasil wawancara prosedur pembongkaran reklame yang dimaksud sesuai Peraturan dilakukan dengan cara: pertama Koordinasi Satpol PP dengan SKPD teknis, yakni Bapenda, PUPR, Perizinan, dan SKPD lainnya. Kemudian koordinasi dan komunikasi dilakukan oleh SKPD teknis lewat surat pemberitahuan kepada Satpol PP. Setelah 3 hari setelah teguran pertama oleh SKPD terkait, maka Satpol PP akan melakukan pembongkaran reklame. penertiban ini sudah berjalan sesuai dengan peraturan dan SOP yaitu Peraturan Daerah Kota Kupang No 3 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame. Pembongkaran reklame yang dilakukan oleh Satpol PP dilakukan setelah ada koordinasi dari SKPD teknis untuk melakukan pembongkaran, pembongkaran dilakukan sesuai prosedur karena SKPD teknis telah menyatakan jenis pelanggaran yang dilakukan berdasarkan bukti dokumen setalah itu baru dilakukan pembongkaran. Tindakan Namun, mekanisme tersebut belum berjalan efektif. Ia mengutip lambatnya proses perizinan, adanya

dugaan kedekatan personal atau “orang dalam” yang menyebabkan beberapa perusahaan mendapatkan izin lebih cepat, dan pesaing lain akan cenderung diperlambat sehingga kemungkinan kecurangan dalam izin pemasangan reklame akan muncul, hal ini berdampak pada pengawasan pajak reklame, karena reklame yang berdiri tanpa izin tidak akan menerima surat ketetapan pajak karen tidak terdata di Bapenda. Selain itu serta PP yang hanya menunggu arahan dari SKPD teknis terkait pelanggaran reklame, menyebabkan tertibnya penyelenggaraan reklame menjadi sulit terealisasi.

Komunikasi Dan Kerja Sama Dalam Penegakkan Perda Penertiban Reklame

Komunikasi dan kerja sama antara Satpol PP dan SKPD teknis dilakukan sebelum maupun saat berada di lapangan. Proses ini biasanya dimulai melalui surat resmi dari SKPD teknis kepada Kepala Satpol PP yang kemudian diteruskan ke Bidang Penegakkan Perda untuk ditindaklanjuti. Koordinasi juga berlangsung di lapangan, di mana Satpol PP bersama PUPR, Bapenda, dan Perizinan melakukan pemeriksaan langsung terhadap objek reklame. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Penegakkan Perda, Satpol PP akan melakukan pembongkaran apabila PUPR menyatakan adanya pelanggaran tata ruang, Bapenda memastikan reklame menunggak pajak, dan Perizinan menyatakan masa izin telah habis tanpa perpanjangan. Permasalahan komunikasi tidak hanya terjadi antarinstansi pemerintah, tetapi juga antara pemerintah dengan para pemilik reklame. Meskipun para pemilik reklame tergabung dalam asosiasi bernama APRA, rasa kebersamaan dan kepedulian masih rendah. Menurutnya, beberapa pemilik reklame yang memiliki banyak titik justru tidak peduli dengan upaya penertiban bersama, sehingga membangun ketertiban secara kolektif menjadi sulit. Ia menilai bahwa kurangnya kekompakan antarpenyelenggara reklame turut menghambat terciptanya sistem yang adil dan tertib. APRA sendiri masih baru, belum memiliki legalitas resmi, dan para anggotanya memiliki kepentingan masing-masing sehingga sulit untuk bersikap seragam. Ia mencontohkan adanya pengelola reklame tertentu yang menunggak pajak hingga puluhan juta, tidak memiliki izin bangunan reklame, namun tetap beroperasi secara komersial. Bahkan, beberapa pemilik reklame mengabaikan teguran pemerintah dan bersikap tidak kooperatif ketika dipanggil, sehingga penertiban sering kali hanya sampai pada tahap penyegelan oleh Bapenda. Kondisi ini menunjukkan bahwa selain komunikasi antarinstansi, kesadaran dan kedisiplinan para pemilik reklame juga menjadi tantangan besar dalam menciptakan penyelenggaraan reklame yang tertib di Kota Kupang.

Hasil penelitian mengatakan kerja sama dan komunikasi antara instansi-instansi terkait dalam penertiban telah dilaksanakan. Hal ini tercermin dari pedoman dan arahan teknis dari

SKPD teknis dan surat koordinasi yang diterbitkan oleh instansi terkait, seperti Bapenda, Perizinan, PUPR, yang diberikan kepada Satpol PP untuk melaksanakan survei bersama dan penertiban reklame yang tidak memenuhi aturan. Jadi berdasarkan data temuan di lapangan kerja sama dan komunikasi terkait penegakkan Perda penertiban reklame sudah dilakukan sebelum dan sesudah turun ke lapangan. Tetapi pemasalahan lainnya di sampaikan oleh pemilik reklame yaitu kerjasama dan komunikasi antar pemilik reklame masih kurang, dan cenderung tidak ada saling kepedulian antar pemilik reklame meskipun sudah adanya asosiasi yang sebenarnya bertujuan untuk membangun sinergi antar pemilik reklame tersebut agar adanya penyelenggaraan reklame yang adil dan tertib. APRA belum memiliki legalitas serta belum mampu menjadi mekanisme pengaturan diri yang solid. Di sisi lain, praktik-praktik tidak jujur antar penyelenggara mulai dari menunggak pajak hingga membangun reklame tanpa izin masih terjadi, bahkan ada yang sampai berujung pada penyegeletan oleh Bapenda dan pemanggilan ke sidang DPRD. Respons pemilik reklame yang melanggar tersebut cenderung defensif, bahkan menolak panggilan pemerintah, menunjukkan bahwa belum memiliki kesadaran kolektif untuk mematuhi regulasi dan menjalankan penyelenggaraan reklame yang tertib.

Penyaluran Dana Yang Benar Dalam Penegakkan Perda Penertiban Reklame

Dana dalam penegakkan Perda penertiban reklame memegang peranan penting sebagai sumber pembiayaan utama untuk memastikan proses penertiban berjalan efektif, aman, dan sesuai dengan standar yang berlaku. Mekanisme penyaluran dana ini umumnya mengikuti sistem pengelolaan keuangan daerah, di mana anggaran untuk penertiban reklame berasal dari pendapatan daerah. Namun, berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Penegakkan Perda Satpol PP Kota Kupang, pembongkaran reklame belum memiliki alokasi dana yang memadai. Kegiatan operasional seperti penggunaan alat khusus untuk menjangkau reklame berukuran besar, pemotong besi, kendaraan operasional, serta bahan bakar sering kali terkendala karena dana yang tersedia tidak cukup untuk menutupi kebutuhan tersebut, pemerintah memang tidak memiliki dana yang cukup untuk melakukan pembongkaran, terutama pada reklame yang masih dalam masa izin atau dibangun dengan biaya besar. Jika pemerintah membongkar reklame sebelum masa izinnya berakhir, maka secara aturan mereka harus memberikan ganti rugi, sementara anggaran untuk keperluan tersebut tidak pernah disediakan. Akibatnya, pemerintah lebih sering hanya memberikan teguran atau menyegel reklame yang melanggar, dan tindakan pembongkaran jarang dilakukan kecuali

pada kondisi tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan pendanaan menjadi salah satu hambatan utama dalam penegakkan Perda penertiban reklame di Kota Kupang.

Hasil penelitian mengatakan keterbatasan anggaran dalam mendukung operasional penegakkan Perda penertiban reklame menjadi salah satu tantangan utama dalam proses penertiban reklame yang tidak sesuai aturan. Dana yang tersedia sangat penting untuk mendukung kebutuhan operasional, terutama untuk peralatan teknis, kendaraan operasional, dan bahan bakar yang digunakan dalam pelaksanaan tugas lapangan. Selain itu, tanpa alat yang memadai, proses pembongkaran reklame yang melanggar aturan bisa memakan waktu lebih lama, dan dapat beresiko menimbulkan kecelakaan kerja, atau bahkan meninggalkan reklame yang tidak tertangani dalam waktu yang lama, sehingga penertiban berjalan tidak optimal. Keterbatasan anggaran membuat pemerintah hanya membuat teguran atau maksimal penyegelan terhadap reklame yang tidak membayar pajak atau jika ada pelanggaran reklame dari pemilik reklame, karena pemerintah tidak menyiapkan dana untuk pembongkaran reklame, dan hanya memberikan sanksi teguran atau administratif saja. Karena jika pemerintah membongkar reklame yang melanggar maka pemerintah harus mengganti rugi uang operasional berupa biaya izin dan biaya cetak dan biaya bangun unit reklame.

D. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa pengawasan melalui investigasi terhadap reklame tanpa pelunasan pajak di Kota Kupang belum berjalan efektif karena beberapa faktor, antara lain keterlambatan dalam mengidentifikasi reklame tanpa izin terutama yang bersifat incidentil, adanya reklame yang curang, serta keterlambatan penerbitan SKPD yang berdampak pada keterlambatan pembayaran pajak. Selain itu, meskipun SDM Bapenda telah ditempatkan sesuai tugas, jumlahnya masih kurang untuk mendukung pengawasan yang optimal. Birokrasi perizinan yang berbelit turut mendorong pemilik reklame memasang reklame tanpa izin dan tidak membayar pajak. Koordinasi antara Bapenda dan dinas perizinan juga masih perlu ditingkatkan, begitu pula komunikasi dengan pemilik reklame agar tercipta penyelenggaraan reklame yang adil dan taat pajak. Kekurangan biaya operasional dan peralatan turut menjadi kendala dalam pelaksanaan pengawasan. Sementara itu, penertiban reklame melalui pembongkaran juga belum efektif karena sering tidak dilakukan tepat waktu meskipun telah ada laporan dari pemilik reklame, meskipun SDM Satpol PP secara jumlah sudah memadai. Satpol PP hanya menunggu arahan dari SKPD teknis sehingga

pelaksanaan penertiban menjadi lambat, dan walaupun koordinasi antar SKPD cukup baik, hubungan dengan pemilik reklame masih kurang efektif akibat rendahnya kepedulian terhadap aturan. Selain itu, proses pembongkaran terkendala keterbatasan dana dan peralatan operasional yang belum memadai baik dari pemerintah maupun Satpol PP Kota Kupang.

E. DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Daerah

Peraturan Daerah Kota Kupang No. 3 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame

Peraturan Walikota Kupang No. 2c Tentang Pengendalian, Pengawasan dan Penertiban Reklame di Kota Kupang

Keputusan Walikota Kupang No. 167 Tahun 2023 Tentang Tim Kerja Pengendalian, Pengawasan dan Penertiban Reklame di Wilayah Kota Kupang

Jurnal

Abdullah, J., & Zakiyah, I. (2022). Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kota Kupang Periode Tahun 2017-2021. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 602–619.

Abdullah, S. (2017). Akuntansi Sektor Publik Akuntansi Keuangan Daerah. *Kinerja*, 8(2), 209–210. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v8i2.898>

Aghniya, U., & Apriliawati, Y. (2022). Pengaruh Kontribusi Pajak Bumi dan Bangunan Pedesaan dan Perkotaan (PBB-P2) dan Pajak Reklame terhadap Penerimaan Pajak Daerah di Kota Bandung. *Indonesian Accounting Research Journal*, 2(2), 106–114. <https://doi.org/10.35313/iarj.v2i2.3307>

Boimata, S., Jagi, K., Hege, M., Naisanu, J., & Pering, Y. (2023). Analisis Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame Dan Jumlah Industri Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kupang. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 129–135. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1361>

Chaniago, R. P. (2025). PENGARUH DEMOKRASI, PERTUMBUHAN EKONOMI, KETIMPANGAN PENDAPATAN, DAN JUMLAH PENDUDUK TERHADAP DERAJAT DESENTRALISASI FISKAL DI INDONESIA.

Darise, N. (2010). Pengelolaan Keuangan Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD).

Dhiu, M. R., Sanggo, M. E. D. V., & Fransiska, E. (2025). Pengaruh Pajak Reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kupang. 8(3), 805–815.

Guntoro, M. (2021). Desentralisasi dan otonomi daerah: desentralisasi dan demokratisasi. Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon, 3(2), 416. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=mF6bdlj8qrYC&oi=fnd&pg=PA3&dq=a>

kuntabilitas+dan+transparansi+dana+bantuan&ots=eAmY321XJ7&sig=gwtH9f6GCUUR
8zcoYTf1qKpoiTc

Hania Cholily, V. (2023). Pelaksanaan Otonomi Daerah dan Desentralisasi Fiskal di Indonesia (Studi Kasus: Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah). COMSERVA Indonesian Jurnal of Community Services and Development, 2(10), 2025–2039.
<https://doi.org/10.59141/comserva.v2i10.635>

Hasibuan, M. S. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia.

Hastuti, P. (2018). Desentralisasi Fiskal Dan Stabilitas Politik Dalam Kerangka Pelaksanaan Otonomi Daerah Di Indonesia. Simposium Nasional Keuangan Negara, 1(1), 784–799.
<https://jurnal.bppk.kemenkeu.go.id/snkn/article/view/293>

Muhammad, F. (2018). Implementasi Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung. Sustainability (Switzerland).
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Nalle, F. W., Oki, K. K., & Sangaji, P. M. M. (2021). Analysis of regional financial capacity in the context of implementing regional autonomy in the province of East Nusa Tenggara. Inovasi, 17(1), 184–197.

Noeng, A. Y., Ardini, L., & Kurnia, K. (2023). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Daerah Dengan Belanja Modal Sebagai Variabel Moderasi. Owner, 7(4), 2905–2916. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1689>

Padang, N. N., & Padang, W. S. (2023). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (Pad), Dana Perimbangan Dan Belanja Modal Terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Di Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Utara. Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, 9(2), 303–318. <https://doi.org/10.54367/jrak.v9i2.2985>

Purnama, M., Sunarya, H., & Amalo, F. (2021). Pengaruh Pajak Hotel Pajak Restoran Dan Pajak Reklame Serta Pajak Penerangan Jalan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kupang Tahun 2013-2018. Jurnal Akuntansi (Ja), 8(2), 50–65. <https://ejournal.unmuhkupang.ac.id/index.php/ja/article/download/463/306>

Rachmawatie, D. (2021). Apakah pendapatan asli daerah (PAD) mendorong ketimpangan distribusi pendapatan di Yogyakarta? Jurnal Paradigma Ekonomika, 16(4), 831–838.

<https://doi.org/10.22437/jpe.v16i4.15720>

- Richi Demichel Johannes, Irawan, R. E. (2022). Manajemen Retribusi Parkir Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Pemerintah Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 1707–1715.
- Sari, F. M., Astuti, A., Zamanda, D., Restu, F. P., & Fadilla, A. (2024). Kebijakan Fiskal dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(4), 1–10. <https://doi.org/10.47134/jeae.v1i4.231>
- Suriadi, H., Frinaldi, A., Magriasti, L., & Yandri, L. (2024). Desentralisasi Dan Upaya Peningkatan Otonomi Daerah: Menuju Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia. *Menara Ilmu*, 18(1), 27–36. <https://doi.org/10.31869/mi.v18i1.4869>
- Tari, R. A. P., Yohanes, S., & Udju, H. R. (2023). Pelaksanaan Fungsi Polisi Pamong Praja Dalam Penegakan Hukum Terhadap Pemasangan Reklame Tanpa Ijin Di Kota Kupang. *Artemis Law Journal*, 1(1), 254–258.

Buku

- Annas, A. (2017). Interaksi Pengambilan Keputusan.
- Atmoseoprapto. (2002). Teori Mengukur Efektivitas.
- Budiani, N. W. (2007). Efektivitas Program Penanggulangan Pengangguran.
- Campbell, J.. (1989). Teori Efektivitas.
- Darise, N. (2010). Pengelolaan Keuangan Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD).
- Hasibuan, M. S. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia.
- Indrawijaya, A. I. (1983). Perilaku Organisasi.
- James P. Spradley. (2007). Metode Etnografi.
- Kurniawan. (2005). Transformasi Pelayanan Publik. Yogyakarta.
- Lubis, H. S. B. D. M. H. (1987). Teori Organisasi (Suatu Pendekatan Makro).
- Mahmudi. (2005). Manajemen Kinerja Sektor Publik.
- Makmur. (2011). Efektivitas Kebijakan Kelembagaan Pengawasan.
- Panji. (1990). Pengertian Reklame dan Fungsi.
- Pasolong, H. (2007). Teori Administrasi Publik.
- Sedarmayanti. (2006). Pengantar Studi Ilmu Administrasi Dan Managemen.
- Steers, R. M. (1985). Efektivitas Organisasi.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).
- Sutrisno, E. (2007). Budaya Organisasi.
- Tangkilisan. (2002). Manajemen SDM.