

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum BPPD Kota Bandung

Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung ialah organisasi yang membantu mengurus urusan pengelolaan perpajakan, retribusi dan pendapatan daerah lainnya. Berkedudukan serta adanya tanggung jawab kepada walikota melalui sekretaris daerah. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung memiliki adanya strukur organisasi yang didalamnya ada beberapa bidang yang membawahi tugasnya masing-masing.

*Gambar 4.1*

#### **Lokasi BPPD KOTA BANDUNG**



Lokasi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung Pemerintah Kota Bandung berada di Jln. Wastukencana No. 2, Tamansari, Kec. Sumurbandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117.

### **1. Tujuan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah**

Dari aspek tujuan dilihat dari aspek misi pemerintahan kota yang disusun, sehingga tujuan dari BPPD mengikuti apa yang menjadi penjabaran misi pemerintahan kota Bandung. Berdasarkan tujuannya juga terhadap pembangunan daerah kota Bandung memiliki keterkaitan dengan visi Kota Bandung.

BPPD Kota Bandung memiliki tujuan untuk merealisasikan visi Kota Bandung yakni :

- 1) Adanya ketercapaiannya target pendapatan yang diperoleh serta ditandai adanya kepatuhan dan kesadaran wajib pajak dalam membayar pajaknya.
- 2) Tercapainya Kepuasan Masyarakat terhadap Kualitas Pelayanan Pendapatan Asli Daerah dengan dua indikator tujuan Nilai SKM Pelayanan Pajak Daerah dan Nilai SKM PAD Bukan Pajak Daerah.

### **2. Sasaran Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah**

Adapun sasaran yang akan dituju yakni diantaranya sebagai berikut:

- 1) Tujuan Optimalisasi Pengelolaan Pajak Daerah ditunjang oleh sasaran Tercapainya Target Pendapatan Pajak Daerah yang memiliki dua indikator kinerja yaitu :
  - a) Jumlah Pendapatan Pajak Daerah dengan sub indikator penerimaan pajak daerah.

b) Persentase Meningkatnya Wajib Pajak yang Membayar Pajak Daerah

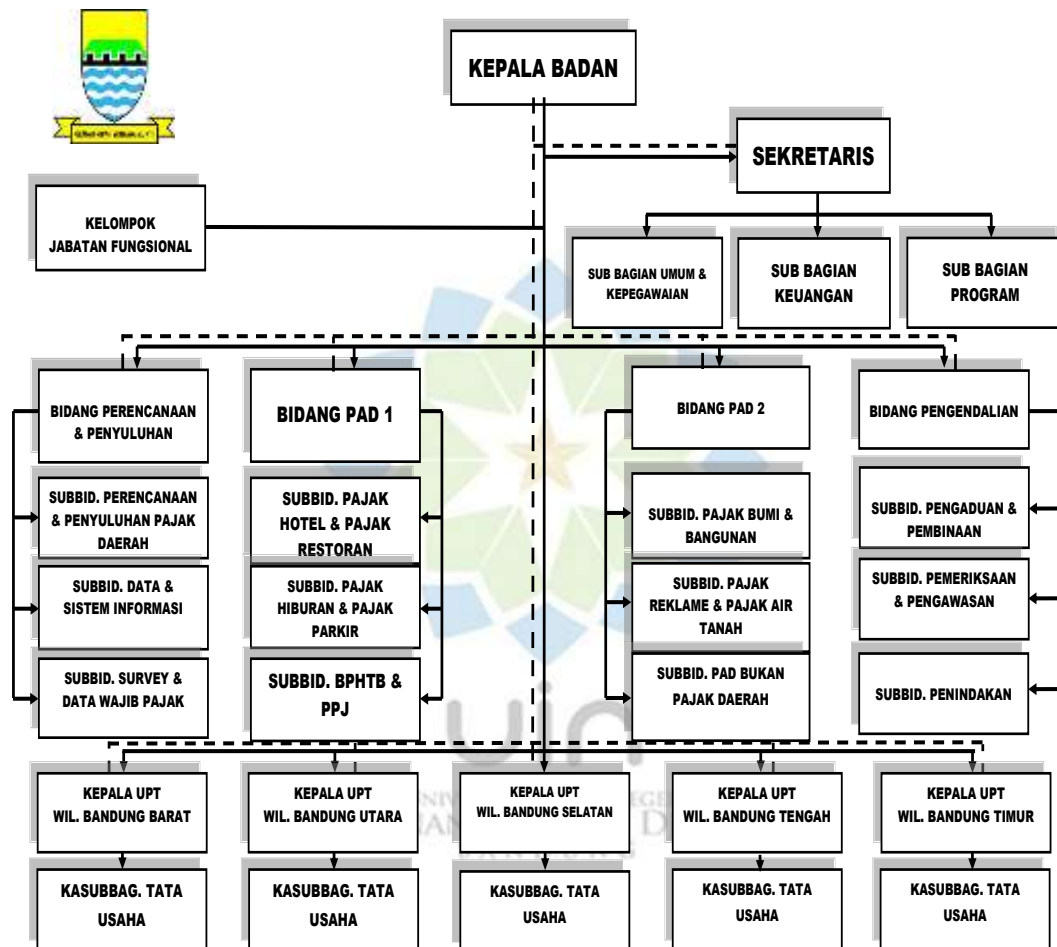
2) Tujuan Tercapainya Kepuasan Masyarakat terhadap Kualitas Pelayanan Pendapatan Asli Daerah ditopang oleh Sasaran Meningkatnya Kualitas Pelayanan dan Akuntabilitas Kinerja Pendapatan Asli Daerah.

### **3. Stuktur Organisasi**

Suatu organisasi didalamnya terdapat pemimpin dan bawahannya dalam menjalankan organisasi tersebut. Organisasi akan kebingungan apabila tanpa adanya sesosok pemimpin yang mengarahkan organisasinya, begitupun sebaliknya apabila hanya satu orang yang menjalankan organisasi tentu tidak baik untuk diadakannya organisasi karena sesuatu organisasi memerlukan orang-orang yang satu sama lain saling bekerja sama maka diperlukan lah bawahan dari pemimpin tersebut. Didalam organisasi di pemerintahan adanya seorang pemimpin sebagai atasannya dilanjut ada beberapa pegawai yang menjadi bawahannya.

Pegawai mempunyai tanggung jawab sebagai penunjang yang bisa mendukung adanya pencapaian tujuan dari organisasi. Untuk melaksanakan tugas dari pekerjaannya, pegawai tentu dilihat dan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya hal itu dilakukan guna memberikan keberhasilan atas tercapainya tujuan organisasi. Suatu organisasi fungsi pimpinan tidak bisa dipisahkan, karena pimpinan orang yang mampu memberikan motivasi suatu secara individu atau kelompok dapat bekerja dan mencapai kinerja yang tinggi.

*Gambar 4.2*  
*Struktur Organisasi BPPD Kota Bandung*



**Tabel 4.1**  
**Jumlah Pegawai BPPD Kota Bandung**

NO	UNIT KERJA	PENDIDIKAN									JUM- LAH
		SD	SMP	SMA	D1	D3	D4	S1	S2	S3	
1	Sekretariat	1	1	7	0	3	1	17	10	0	<b>40</b>
2	Bidang Perencanaan	0	0	2	0	0	1	10	3	0	<b>16</b>
3	Bidang Pengendalian	0	0	9	0	3	1	25	6	0	<b>44</b>
4	Bidang PAD 1	1	0	22	1	5	2	35	9	0	<b>76</b>
5	Bidang PAD 2	0	1	11	0	4	0	17	3	0	<b>36</b>
6	UPT Bandung Timur	0	1	6	0	2	0	6	4	0	<b>19</b>
7	UPT Bandung Utara	2	1	6	0	1	0	9	2	0	<b>21</b>
8	UPT Bandung Barat	0	0	4	0	2	0	8	2	0	<b>17</b>
9	UPT Bandung Selatan	0	0	12	0	0	0	3	3	0	<b>18</b>
10	UPT Bandung Tengah	0	1	10	0	0	1	3	0	0	<b>15</b>
<b>TOTAL PEGAWAI</b>		<b>4</b>	<b>5</b>	<b>89</b>	<b>1</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>133</b>	<b>42</b>	<b>0</b>	<b>300</b>

*Sumber : Sub Bag. Umum dan Kepegawaian BPPD*

Dari data pegawai yang dapat dilihat dari tabel diatas, secara umum sekitar 58,14 % tingkat pendidikan pegawainya berpendidikan Sarjana dan Pasca Sarjana (Strata 1 dan Strata 2) sebanyak 175 orang dan di pimpin oleh seorang Kepala Badan yang berpendidikan Magister (S2). Atas dasar tingkat pendidikan tersebut itu harus menjadi sebuah potensi yang perlu dikembangkan dilihat dari sumber daya manusianya sebagai sebuah upaya untuk mengoptimalkan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah dalam meningkatkan pelayanan pajak serta mengoptimalkan pendapatan asli daerah.

Untuk mendukung tugas dan fungsi Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah juga melakukan pengiriman para ASN nya untuk mengikuti Pendidikan Teknis, diantaranya yaitu Diklat Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), Diklat Pemeriksa Pajak dan Diklat Penilai Pajak Bumi dan Bangunan P-2. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kompetensi para pagawainya sesuai dengan tupoksi yang diberikan kepada masing-masing pegawai.

## **B. Hasil Penelitian**

Dilakukannya pengawasan pajak reklame untuk melihat proses terselenggaraanya tujuan yang diinginkan berdasarkan rencana yang sudah dibuat. Perlunya sebuah pengawasan untuk meminimalisir segala kemungkinan yang terjadi dan bisa saja adanya bentuk ketidaksesuaian dengan rencana yang ada. Dengan dilaksanakannya pengawasan pajak reklame untuk mengawasi masyarakat atau wajib pajak yang melanggar aturan yang ada, kalau saja pengawasan pajak reklame tidak dilakukan maka bisa saja terjadi adanya penyimpangan-penyimpangan mengakibatkan kerugian dan berdampak kepada berkurangnya penerimaan pajak reklame.

Pajak reklame merupakan salahsatu mata pajak yang dipungut oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota bandung, Untuk mendorong penerimaan pajaknya maka ditetapkannya target pendapatan disetiap periodenya. Target pajak reklame sebagai rencana tindakan yang dinyatakan secara kuantitatif. Berbicara masalah target yang ditetapkan tentu perlu adanya perbandingan dengan realisasi

atau perwujudan dari adanya target yang sudah dibuat. Apabila realisasinya melebihi target yang ditetapkan maka kinerja yang dilakukannya baik. Pelaksanaan pencapaian target memerlukan adanya pengawasan untuk mengawasi dari berbagai kendala-kendala yang bisa menghambat target yang ditetapkan tidak optimal.

Peneliti sajikan mengenai informasi target dan realisasi pajak reklame Kota Bandung yakni dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Penerimaan Pajak Reklame**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Rupiah)</b>	<b>Realisasi (Rupiah)</b>	<b>Presentase (%)</b>	<b>Jumlah Wajib Pajak</b>
2016	316.000.000.000	25.646.023.484	8,12	1.11
2017	244.000.000.000	12.895.521.249	5,29	341
2018	240.000.000.000	24.861.554.725	10,36	900
2019	214.703.680.216	29.611.190.016	13,79	1059

**Sumber : BPPD Kota Bandung, (Diolah Peneliti 2020)**

Berdasarkan informasi diatas dapat dilihat bahwa penerimaan realisasi pajak reklame dalam kurun waktu 4 tahun berturut-turut belum pernah mencapai target yang ditentukan pemerintah Kota Bandung. Dapat dilihat pada tahun 2016 target sebesar Rp. 316.000.000.000 dan realisasi Rp. 25.646.023.484, tahun 2017 target diturunkan menjadi Rp. 244.000.000.000 diikuti juga oleh penurunan realisasi sebesar Rp. 12.895.521.249 hanya 5,29 % dari target yang telah ditetapkan, Untuk di tahun 2018 target pajak reklame diturunkan juga menjadi Rp. 240.000.000.000 diikuti peningkatkan penerimaan realisasi sebesar Rp. 24.861.554.725 meski hal itu juga hanya 10,36 % dari target yang ditentukan. dan

pada tahun 2019 target pajak reklame mengalami penurunan lagi sebesar Rp. 214.703.680.216 realisasi mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang dimana realisasi pada tahun 2019 sebesar Rp. 29.611.190.016 tetapi tetap saja target yang ditentukan tidak tercapai hanya 13,79 % dari target yang telah ditetapkan. Terdapat fenomena juga meskipun target pajak reklame diturunkan selama 4 tahun berturut-turut tetapi tetap saja realisasi penerimaan pajak reklame tidak pernah tercapai. Tetapi ada sisi baiknya dimana adanya peningkatan realisasi penerimaan pajak reklame disetiap tahunnya meskipun pada tahun 2017 mengalami penurunan realisasi pajak reklame dari tahun sebelumnya.

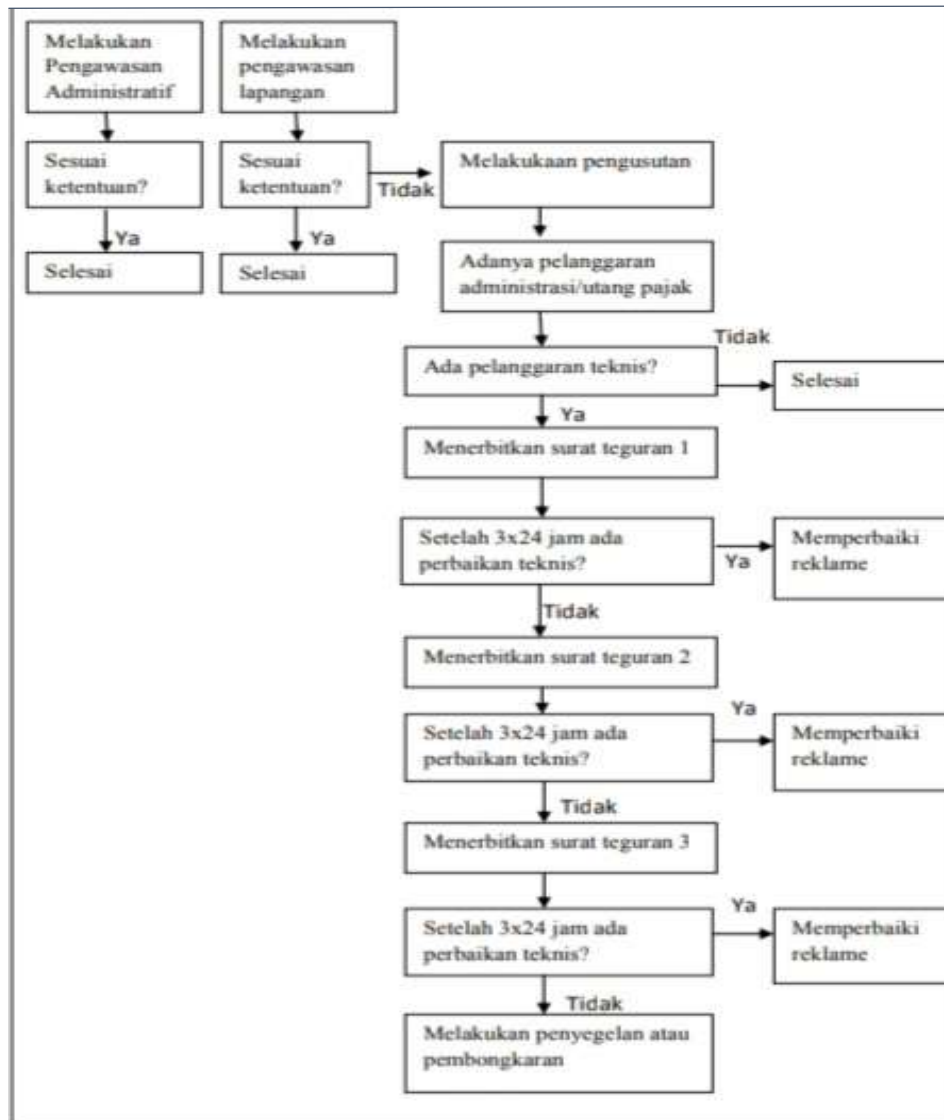
Hal ini diakibatkan oleh kurangnya kesadaran wajib pajak reklame untuk membayar atau melaporkan pajaknya kepada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah kota Bandung. Hal ini juga dikemukakan Kepala sub bidang penindakan BPPD Kota Bandung bapak Anthony Daulay, S.H bahwa:

*“Penerimaan pajak reklame sering tidak tercapai karena adanya reklame yang illegal dan tidak membayar pajak akhirnya penerimaan pajak reklame rendah.”*

Untuk melakukan pengawasannya perlunya ada prosedur sebagai dasar acuan untuk melaksanakan adanya pengawasan, berikut mekanisme pengawasan pajak reklame sebagai berikut:



*Gambar 1.3*  
*Mekanisme Pengawasan*



Berdasarkan gambar mekanisme pengawasan pajak reklame diatas, bahwa BPPD melakukan pengawasan administrasi terhadap:

- a. Penetapan, pembayaran dan penagihan pajak reklame yang terutang sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- b. Status penyelenggaraan reklame

Berdasarkan Perwal Kota Bandung No. 239 tahun 2017 pada saat pengawasan dilapangan, bila didapati reklame yang bermasalah maka, BPPD akan mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan, seperti pemberian surat teguran. Apabila tetap tidak dihiraukan oleh wajib pajak maka BPPD mengeluarkan surat teguran kedua dan ketiga apabila masih di hiraukan saja, setelah itu BPPD memberikan surat perintah bongkar sendiri. Adanya reklame-reklame yang tidak menutup kemungkinan bermasalah dan memerlukan pengawasan seperti reklame liar. Dalam pengawasan dilakukannya pengecekan dengan data apakah sudah sesuai atau belum. Jika terdapat reklame yang tidak sesuai seperti ukuran tidak sesuai, masa berlaku habis, maka akan segera ditindak dengan cara memberikan surat teguran satu , surat teguran dua , surat teguran tiga dan melakukan tindakan penyegelan atau pembongkaran.

Dalam pengawasan pajak reklame adanya proses penindakan ataupun penertiban reklame, BPPD tidak bisa melakukan sendiri tetapi berkoordinasi dengan dinas lain. Hal ini sesuai dengan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 239 Tahun 2017 Pasal 17 tentang Tata Cara Pemungutan Pajak Reklame:

*“Dalam hal penyitaan BPPD belum mampu melaksanakan proses penyitaan maka BPPD dapat bekerja sama dengan Instansi lain yang memiliki kompetensi penyitaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”*

Hal ini Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 005 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Reklame didalam pasal 41 dalam bentuk penindakan ataupun penertiban reklame,dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung. Selanjutnya didalam pasal 41 ayat 3 dikatakan bahwa pengawasan

ataupun pengendalian dilakukan secara regular dan hasil dari pada pengawasan disampaikan kepada satuan polisi pamong praja kota bandung untuk ditindak lanjuti. Hal ini juga ditegaskan oleh bapak Anthony Daulay S.H sebagai Kepala sub bidang Penindakan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah yang mengatakan:

*“Kita pengawasannya ada yang berkoordinasi dengan dinas lain dan ada yang sendiri saja oleh BPPD. Kalau berkoordinasi sama dinas lain berkaitan dengan penertiban reklame illegal.”*

Hal ini juga dipertegas kembali oleh bapak Suhendi, S.SOS selaku seksi sub bidang penindakan.

*“Untuk melakukan pengawasan pajak reklame itu bppd tidak bisa berjalan sendiri, tetapi melibatkan dinas lain. untuk reklame itu berkaitan dengan beberapa skpd yang ada. Bppd hanya sebatas pajaknya saja. Ketika ada reklame ada yg berizin dan tidak membayar pajak baru kita tindak . Kalau urusan reklame yang ditebang tentu satpol pp karena kita tidak punya gudang barang bukti tapi kalau satpol pp tentu punya. Kan setelah ditebang reklame harus disimpan digudang sebagai barangbukti. artinya tidak berizin diluar konteks kita.”*

Selanjutnya untuk penyelenggaraan reklame tidak memenuhi ketentuan yang ada, maka penyelenggara reklame wajib membongkar reklame beserta bangun bangunan reklamenya. Sebelum melakukan pembongkaran reklame tentu sudah diberikan dahulu surat peringatan yang diberikan kepada wajib pajak reklame, apabila dihiraukan tentu sebelum dilakukan pembongkaran oleh petugas yang berwenang penyelenggara reklame bisa membongkar sendiri reklamenya sehingga barang yang dibongkar menjadi barang miliknya, apabila batas waktu telah terlampaui maka hasil pembongkaran barang bukti reklame tersebut menjadi milik Pemerintah Daerah.

Pembahasan penelitian merupakan inti dari proses penelitian yang dilakukan berdasarkan dari temuan dilapangan dan diolah serta dianalisis datanya sesuai dengan teori yang digunakan. Selanjutnya dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pengawasan menurut Handoko (2015:370) mengenai karakteristik pengawasan yang efektif. Teori tersebut digunakan untuk mengukur sejauhmana keberhasilan pengawasan pajak reklame melalui beberapa dimensi penilaian, diantaranya akurat, tepat waktu, obyektif dan menyeluruh, terpusat pada titik-titik pengawasan strategis, realistik secara organisasional, dan fleksibel. Adapun pembahasan yang telah peneliti paparkan mengenai pengawasan pajak reklame di BPPD Kota Bandung, yakni sebagai berikut:

### **1. Akurat**

Akurat berkaitan dengan informasi tentang pelaksanaan kegiatan harus akurat. Perolehan data yang keliru atau salah dari sistem pengawasan dapat menyebabkan organisasi mengambil tindakan koreksi yang keliru atau menciptakan masalah yang sebenarnya tidak ada. Pengawasan administrasi yang dilakukan oleh BPPD Kota Bandung meliputi persyaratan permohonan ijin penyelenggaraan reklame, Bagaimana status penyelenggaraan reklame, penetapan pembayaran dan penagihan pajak reklame yang terhutang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pengawasan dilapangan lebih mementingkan aspek kesesuaian dengan syarat-syarat yang diajukan. Pada penyelenggaraan reklame baru, pengawasan dilakukan untuk memastikan apakah objek reklame yang tertulis pada surat ijin sesuai dengan yang ada dilapangan. Pengawasan ini juga memastikan kejujuran dari pihak wajib pajak itu sendiri.

Dalam dimensi akurat dalam pengawasan pajak reklame, peneliti melihat adanya aspek yang terkandung didalamnya, yaitu: informasi yang akurat dalam pelaksanaan kegiatan kerja dan keakuratan data dari wajib pajak kepada BPPD. Mengenai aspek akurat ini peneliti memberikan pertanyaan kepada bapak Cecep Sutisna S.Sos.,M.Si. sebagai kepala bidang pajak reklame, yang dapat diketahui bahwa pimpinan selalu memberikan informasi pelaksanaan pengawasan pajak reklame terhadap pegawai. Sehingga para pegawai dapat melaksanakan kegiatan kerja dengan lancar dan jelas terhadap apa yang harus dilakukan pada setiap masing-masing bidang. Sebagaimana yang dikatakannya melalui melalui hasil wawancara:

*“Iya tentu pimpinan selalu memberikan informasi mengenai pelaksanaan pengawasan.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Hal ini juga ditegaskan kembali oleh bapak Ryan Rispargalang, SE selaku seksi sub bidang pajak reklame adalah sebagai berikut.

*“Pimpinan selalu memberikan berbagai informasi terkait hal-hal yang menyangkut pajak ini.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Selanjutnya diperkuat kembali oleh bapak Anthony Daulay, SH.

*“Tentunya pimpinan selalu memberikan berbagai informasi, itu kan udah tupoksinya sebagai seorang pemimpin.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Sebuah organisasi tentu memerlukan seorang pemimpin dalam menjalankan organisasi yang ada. Seorang pemimpin sangatlah penting untuk mengarahkan ke arah mana tujuan organisasi yang dibawanya. Pemimpin harus bisa mengarahkan para anggotanya menjalankan tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan, oleh

sebab itu pemimpin harus memantau para bawahannya apakah bekerja sesuai dengan intruksi yang diberikan atau tidak. Seorang pemimpin haruslah memberikan arahan-arahan terhadap bawahannya dengan cara memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan di BPPD Kota Bandung terlihat pimpinan BPPD Kota Bandung selalu memberikan arahan dan berbagai macam informasi mengenai pelaksanaan pengawasan, hal tersebut berguna untuk para pegawai dalam menjalankan segala aktivitasnya terutama dalam pengawasan pajak reklame.

Selanjutnya mengenai data reklame yang diberikan wajib dikatakan akurat. Hal ini berdasarkan data yang diberikan wajib pajak. Berdasarkan wawancara kepada Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame adalah sebagai berikut.

*“Mengenai data reklame yang diberikan wajib pajak, tentu sesuai ketentuan yang ada dimana pendaftaran harus ada persyaratan yang sudah ditentukan. Jadi wajib pajak tuh memberikan informasi reklame, titik reklame, ukuran reklame dan segala macam otomatis itu merupakan sebuah persyaratan.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Hal ini juga ditegaskan kembali oleh bapak Ryan Rispargalang, SE sebagai seksi sub bidang pajak. adalah sebagai berikut.

*“Dan tentunya wajib pajak memberikan informasi yang akurat karena merupakan sebuah persyaratan agar reklamennya tayang.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Selanjutnya diperkuat kembali oleh pernyataan bapak Drajat selaku kepala sub bidang pemeriksaan dan pengawasan.

*“Selalu. Wajib pajak selalu memberikan data yang akurat.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Berkaitan dengan data yang diberikan oleh wajib pajak untuk menyelenggaraan reklame sudah akurat. Data yang diberikan oleh wajib pajak tentu diverifikasi ulang apakah sudah benar atau tidak, verifikasi tersebut dengan melihat dari berbagai aspek, mulai dari ukuran reklame, penempatan reklame, serta di hitung harga pajak reklame berdasarkan peraturan yang ada. Data yang akurat yang diberikan wajib pajak reklame tersebut dapat mempermudah BPPD dalam memproses reklame yang hendak akan didirikan oleh wajib pajak, sehingga proses pendirian reklamenya cepat.

Selanjutnya berkaitan dengan data akurat reklame yang diberikan wajib pajak di Kota Bandung. Wajib pajak memberikan keterangan. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh salah satu wajib pajak yang bernama miftah, beliau mengatakan:

*“Tentulah pa saya memberikan data yang akurat karena reklame yang akan di dirikan kalau tidak akurat pasti bakal kena kroscek oleh dinas pajak.” (Wawancara tanggal 21 juni 2020).*

Hal serupa juga diungkapkan oleh wajib pajak lainnya bernama bapak aswendi

Yang mengatakan:

*“Data yang saya berikan tentu akurat pa, dari panjang dan lebarnya makanya bisa dikasih izin untuk mendirikan reklame” (Wawancara tanggal 21 juni 2020).”*

Dilihat dari hasil wawancara bersama kedua wajib pajak tersebut data yang diberikan untuk mendirikan reklame dikatakan akurat, karena menurut mereka kalau data tidak akurat tentu bakal di periksa oleh pihak pengawas pajak reklame dan bisa saja apabila memberikan data yang tidak akurat akan memperlambat proses pendirian reklame.

Dalam dimensi akurat, peneliti menyimpulkan dari pernyataan yang dilontarkan kepala seksi pajak reklame, seksi sub bidang pajak reklame, kepala seksi bidang pemeriksaan dan pengawasan dan diperkuat oleh wajib pajak reklame yang bersedia di wawancara oleh peneliti. Maka dapat disimpulkan bahwa pegawai selalu memperoleh informasi yang akurat dalam pelaksanaan kerja. Pimpinan selalu memberikan setiap informasi yang berkaitan tentang pelaksanaan kerja kepada para pegawai. Sehingga para pegawai dapat melaksanakan kegiatan kerja dengan lancar dan jelas terhadap apa yang harus dilakukan pada setiap masing-masing bidang dan BPPD memperoleh data yang akurat dari para wajib pajak. Pada dimensi akurat dalam pengawasan pajak reklame di kota bandung sudah baik, dilihat dari kejelasan tentang informasi yang diberikan untuk melaksanakan kegiatan pengawasan dan data yang dimiliki BPPD sudah akurat dari data yang diberikan wajib pajak melalui pemeriksaan yang dilakukan.

## **2. Tepat Waktu**

Tepat waktu berhubungan dengan informasi harus dikumpulkan, disampaikan dan dievaluasi secepatnya bila kegiatan perbaikan harus dilakukan segera. Pengawasan pajak reklame di kota bandung akan efektif apabila dilakukan secara rutin karena hasilnya harus segera disampaikan dan dievaluasi untuk melihat sejauh mana tingkat keberhasilan pengawasan tersebut. Dari dimensi tepat waktu, peneliti melihat dari aspek yang terkandung didalamnya yaitu pelaksanaan kegiatan pengawasan pajak reklame. Dalam dimensi tepat waktu peneliti memberikan pertanyaan kepada Bapak drajat selaku Kepala Seksi Sub Bidang Pemeriksaan dan



Pengawasan, bapak suhendi selaku seksi sub bidang penindakan, Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame, dan bapak Ryan Rispargalang, SE sebagai seksi sub bidang pajak. Bapak drajat selaku Kepala Seksi Sub Bidang Pemeriksaan dan Pengawasan, mengemukakan sebagai berikut:

*“Pemeriksaan mengenai pengawasan pajak reklame dilakukan secara berskala dan secara periodik dan sesuai jadwal yang ditetapkan sebelumnya.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Hal ini juga ditegaskan kembali oleh bapak suhendi selaku seksi sub bidang penindakan BPPD Kota Bandung, bahwa:

*“Dalam melakukan pengawasan dipantau setiap saat setelah ditentukannya skpd. Apabila tidak membayar pajaknya tentu kita kasih surat peringatan. Tentu Kalau ada rapat koordinasi untuk melakukan kegiatan pengawasan dan ditentukan jadwalnya yah pasti dilaksanakan.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Dalam pernyataan tersebut, pengawasan pajak reklame dilakukan oleh BPPD setiap saat ditentukan SKPD. Wajib pajak reklame selalu diawasi walaupun tidak membayar pajaknya di beri surat teguran berupa surat peringatan, walaupun tetap melanggar bakal diturunkan reklamennya.

Selanjutnya Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame mengatakan hal yang serupa, dan menyatakan:

*“Dalam melaksanakan kegiatan pengawasan sudah sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan kalau ada jadwalnya tentu kita laksanakan.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Sementara itu, senada dengan apa yang sudah diutarakan oleh bapak cecep. bapak Ryan Rispargalang, SE sebagai seksi sub bidang pajak yang mengungkapkan:

*“Saya rasa selalu sesuai yah. Soalnya kan itu perintah dan harus dilaksanakan.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Selanjutnya diperkuat kembali oleh bapak Anthony Daulay, SH.

*“Nah untuk reklame itu berkaitan dengan beberapa skpd ada satpol pp, distaru, dan lain sebagainya. Kita tuh pengawasan dalam membayar pajaknya. Kebetulan sebelum ada perwal reklame yang baru itu untuk reklame yang tidak berizin itu tidak bisa diipungut pajaknya, sehingga pengawasan tidak dikita (bppd). Dan hal itu berdampak ke penerimaannya. Kalau pengawasan itu untuk pajak yang telah ditetapkan skpd. Jadi reklame tayang tuh ditetapkan skpd kemudian tidak dibayar. Barulah diberikan surat peringatan teguran 1 sampai 3 baru dicabut.”. (Wawancara tanggal 18 Juni 2020).*

Mengacu pada beberapa penjelasan, pelaksanaan pengawasan terhadap wajib pajak reklame dilakukan sesuai dengan jadwal yang sudah direncanakan sebelumnya. Apabila ada wajib pajak yang menunggak pajaknya segera diberi surat peringatan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah. Pada dimensi tepat waktu maka dapat peneliti simpulkan bahwa maka dapat peneliti simpulkan bahwa dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan BPPD Kota Bandung dikatakan baik, terlihat dari pernyataan dari hasil wawancara yang menyatakan bahwa pengawasan selalu dilakukan karena jadwalnya pun sudah ditetapkan sebelumnya. Hal ini sesuai dengan dimensi tepat waktu.

### **3. Obyektif dan Menyeluruh**

Pengawasan dapat dikatakan efektif jika dalam menyampaikan informasi harus mudah dipahami dan bersifat obyektif serta lengkap. Sifat obyektif adalah tidak adanya keberpihakan terhadap siapapun, artinya bahwa dalam pelaksanaan pengawasan penyelenggaraan pajak reklame harus menyeluruh kepada seluruh masyarakat atau wajib pajak reklame yang ada di kota Bandung dan tidak adanya keberpihakan kepada siapapun. Dari dimensi obyektif dan menyeluruh, peneliti

menilai ada beberapa aspek yang terkandung didalamnya, yaitu kegiatan pelaksanaan pengawasan dilakukan menyeruluh dan sosialisasi pajak reklame. Hal ini dikemukakan oleh Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame, beliau berkata:

*“Pelaksanaan pengawasan pajak reklame dilakukan kepada seluruh masyarakat atau wajib pajak reklame. Berikut juga dengan adanya berbagai sosialisasi tentang pajak reklame yang terus dilakukan melalui radio, pojok pajak, instagram, roadshow setiap kecamatan sesuai anggaran yang ada.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Selanjutnya dipertegas kembali dengan pernyataan oleh bapak Ryan Rispargalang, SE sebagai seksi sub bidang pajak.

*“Pelaksanaan pengawasan pajak reklame dilakukan ke semua orang yang ada di kota bandung. Sosialisasi mengenai pajak reklame selalu dilakukan, setiap ada yang sesuatu harus disampaikan yah disampaikan, ga selalu setiap bulan.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Berdasarkan pemaparan bapak cecep dan bapak ryan pengawasan pajak reklame dilakukan kepada seluruh masyarakat atau wajib pajak reklame. Hal tersebut sangat bagus sekali untuk mengoptimalkan pengawasan pajak reklame yang ada. Sementara itu, senada dengan apa yang sudah diutarakan oleh bapak Ryan. bapak Anthony Daulay S.H sebagai Kepala sub bidang Penindakan yang mengungkapkan:

*“Iya hampir sama dengan pajak yang lain sehingga terus menerus.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Bapak suhendi sebagai seksi sub bidang penindakan mengatakan:

*“Iyah menyeluruh. Kalau ada kebijakan baru tentu disosialisasikan. kalau ga ada kebijakan baru yah pasti berjalan seperti sebelumnya melakukan sosialisasi.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Selanjutnya Bapak Drajat sebagai kepala bidang pemeriksaan dan pengawasan mengatakan:

*“Iya. Tentu ada sosialisasi biasanya tidak hanya reklame tetapi menyangkut dengan 9 mata pajak yang lainnya. Bahkan tiap minggupun selalu disosialisasikan.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Berdasarkan pernyataan lainnya dari bapak antony, bapak suhendi dan bapak drajat pengawasan pajak reklame dilakukan menyeluruh, tidak hanya pajak reklame saja yang dioptomalkan tetapi pajak yang lainnya pun sama hal itu guna untuk meningkatkan pendapatan pajak daerah kota bandung. Selanjutnya tidak luput juga kalau misalkan ada kebijakan baru langsung disosialisasikan kepada masyarakat, bahkan mengenai pengawasannya pun tiap minggu sering dilaksanakan.

Selanjutnya berkaitan dengan waktu pelaksanaan pengawasan pajak reklame di kota bandung, wajib pajak reklame mengatakan kurang mengetahui pengawasan pajak reklame tetapi kalau untuk sosialisasi pajak reklame pernah mendapatkannya. Hal ini diutarakan wajib pajak yang bernama miftah, menyatakan:

*“Untuk soal pengawasan secara menyeluruh di kota bandung saya kurang tau yah pak, soalnya saya juga cuman membayar pajaknya aja dan tidak terlibat di pengawasan pajaknya sementara untuk sosialisasi yang saya dapatkan pernah” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat peneliti simpulkan dari keseluruhan pernyataan bahwa dalam melaksanakan pengawasan pajak reklame dilakukan secara objektif, tidak membedakan wajib pajak satu dengan wajib pajak lainnya, jika dalam pengawasan pajak reklame dalam pengawasan administrasinya terdapat

kejanggalan maka akan ditindaklanjuti pengawasan lapangan jika memang terdapat pelanggaran maka akan ditindaklanjuti dengan memberikan teguran berupa surat teguran kepada wajib pajak yang bersangkutan.

#### **4. Terpusat pada titik pengawasan strategik**

Pengawasan bisa dikatakan efektif apabila dalam sistem pengawasan dipusatkan pada bidang-bidang dimana sering terjadi penyimpangan dan pelanggaran, hal bisa tersebut bisa saja sampai mengakibatkan kerusakan paling fatal. Dari dimensi terpusat pada titik-titik pengawasan strategis dapat dikatakan efektif apabila dalam proses pengawasan terpusat pada titik-titik tempat strategis, dimana para pengusaha selalu ingin mengiklankan produknya ditempat strategis agar masyarakat bisa melihat produk mereka dengan jelas. Dilakukannya pengawasan pajak reklame sebagai upaya meminimalisir terjadinya banyak penyimpangan dari penyelenggaraan reklame, salah satu upaya untuk meminimalisirnya dengan memberikan sanksi yang tegas. Pengawasan reklame perlu melihat lokasi mana saja yang sering terjadi penyimpangan hal itu berguna untuk segera diperkuat lagi proses pengawasan yang dilakukan pada lokasi tertentu yang terus terjadi penyimpangan terhadap pajak reklame.

Mengenai hal ini, Bapak Drajat selaku kepala bidang pemeriksaan dan pengawasan, beliau berkata:

*“Ya tentu kita melakukan pengawasan ke tempat-tempat strategis yang ada di wilayah kota Bandung karena ini menyangkut daya tarik para pengusaha untuk mengenalkan produk mereka ke masyarakat agar diketahui”  
(Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Selanjutnya dipertegas kembali dan disampaikan oleh Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame, beliau berkata:

*“ Iya , tentu karena disitulah titik pengawasan yang wajib di awasi secara ketat disebabkan oleh masyarakat yang memiliki minat yang tinggi memasang reklame di lokasi-lokasi yang strategis agar orang lain bisa melihatnya. Tempat yang paling strategis kaya dago, riau itu kan yang strategis yang banyak pusat pertokoan, hiburan dan bahkan cenderung tempat yang ada hiburan dan rame. Disitulah diperketat pengawasannya karena menjaga juga estetika lingkungan agar tidak mengganggu lingkungan sekitar. ” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Berdasarkan pernyataan diatas, pengawasan pajak reklame yang dilakukan BPPD juga titik-titik yang rawan penyimpangan diaasi secara ketat. Disamping untuk mendapatkan penerimaan pajak reklame disitu juga meelihat estetika keindahan kota agar memberikan rasa nyaman kepada masyarakat. Pengawasan yang dilakukan BPPD juga bukan tempat yang strategis saja yang diawasi tetapi tempat lain juga di awasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan oleh bapak Ryan Rispargalang, SE sebagai seksi sub bidang pajak.

*“Bukan hanya ditempat stategis saja yang kita awasi, tetapi di daerah lainnya juga selalu di awasi dan berkoordinasi dengan dinas lain. Selanjutnya ditempat lokasi yang strategis seperti dago, persimpangan. Dan mengenai nilai pajak disetiap jalannya tentu berbeda tergantung jalannya semakin rame jalan nilai pajaknya semakin tinggi. (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Hal ini juga dipertegas oleh bapak Suhendi sebagai seksi sub sub bidang penindakan,

*“Iya tentu diawasi. Tentu dijln yang banyak di kunjungi masyarakat.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Selanjutnya bapak Anthony Daulay S.H sebagai Kepala sub bidang Penindakan mengatakan:

*“Kita selalu awasi disemua tempat yang ada di kota bandung bukan hanya dikawasan tertentu saja. Diawasinya tentu dijalan yang besar dan rame dikunjungi oleh masyarakat serta tempat-tempat persimpangan banyak sekali di minati untuk memasang reklame. Untuk masalah harga pendirian pajak reklame berbeda, ada perhitungannya dan yang pasti dilihat dari lokasinya.”. (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Berdasarkan pernyataan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa selama ini dalam melaksanakan pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD Kota bandung menggunakan strategi yang sesuai standar yang ada dan tidak hanya mengawasi wajib pajak reklame di lokasi strategis saja tetapi secara seluruh yang ada di kota bandung.

### **5. Realistik secara organisasional**

Realistik secara organisasional berarti sistem pengawasan harus cocok atau harmonis dengan kenyataan organisasi. Kenyataan organisasi berhubungan dengan kemampuan organisasi dalam melakukan pengawasan reklame tersebut, seperti adanya sumber daya manusia serta sarana dan prasarana yang memadai yang menunjang penyelenggaraan pengawasan pajak reklame dikota bandung. Mengenai Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame mengenai sumber daya manusia dan sarana prasarana, beliau mengatakan bahwa:

*“Untuk SDM belum memadai, masih terus harus disempurnakan dan ditingkatkan kapasitas pengetahuan tentang reklame, pendidikan dan dengan diklat. Karena Tidak semua mengerti dan ahli tentang reklame karena reklame itu agak unik banyak teknisnya serta administrasinya dilapangan, dan untuk Prasarana pelayanan terus ditingkatkan, karena setiap tahun tuh ada perubahan dari kebutuhan persepsi masyarakat yang ingin lebih cepat.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Hal ini juga dipertegas oleh bapak Suhendi sebagai seksi sub sub bidang penindakan:

*“Untuk SDM belum memadai masih kurang. Masalah sarana dan prasarana tentu perlu ditingkatkan. Untuk saat ini belum cukup memadai.”*  
(Wawancara tanggal 18 juni 2020).

Hal ini juga dikemukakan oleh Kepala sub bidang penindakan BPPD Kota Bandung bapak Anthony Daulay, S.H bahwa:

*“Untuk SDM belum karena untuk mengawasi pajak ini sangat besar, dari sdm saja sudah kurang yah prasarana pastilah kurang memadai serta dalam pelaksanaan pengawasanpun kurang diperhatikan.”*  
(Wawancara tanggal 18 juni 2020).

Dalam melakukan pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD Kota Bandung adanya sumber daya manusia, adapun jumlah pegawai yang memiliki tupoksi dalam pengawasan pajak reklame berjumlah 32 orang dengan rincian: Sub bidang pajak reklame berjumlah 6 orang, Sub bidang Pemeriksaan dan pengawasan berjumlah 8 orang dan sub bidang penindakan berjumlah 18 orang jadi totalnya menjadi 32 orang. Dalam proses pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD kota Bandung dilihat dari prosesnya sub bidang pajak reklame mengawasi dan memeriksa wajib pajak yang tidak membayar pajaknya, selanjutnya data tersebut di periksa oleh sub bidang pemeriksaan dan pengawasan untuk diberikannya pengawasan kepada wajib pajak reklame yang bermasalah, apabila perlu dilakukannya tindakan maka tindakannya dilakukan oleh sub bidang penindakan yang berupa pembongkaran pajak reklame yang bekerja sama dan berkoordinasi dengan instansi lain. Bila dilihat dari segi jumlah SDM kurang memadai hal ini dilihat dari jumlahnya 32 orang saja sedang daerah kota bandung itu lingkupannya luas.



Berbeda halnya yang diutarakan Bapak cecep, bapak suhendi dan bapak Anthony. Dikemukakan oleh bapak Ryan Rispargalang, SE sebagai seksi sub bidang pajak.

*“Untuk jumlah dirasa pegawai cukup, dan tergantung kebijakan dari pemerintah juga. Kita sebagai pegawai negeri harus bisa. Dan untuk sarana memadai seperti computer dan tinggal orangnya saja bisa ga memakai komputernya.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Hal ini juga dipertegas oleh Bapak Drajat selaku kepala bidang pemeriksaan dan pengawasan, beliau berkata:

*“Dirasa sudah memadai. Diliat dari segi keterampilan dalam pemeriksaan pajak diambil dari diklat. Masalah sarana dan prasarana dirasa cukup. Untuk mobil dinas nya ada, computer ada dan opsional dan pelaporannya juga ada.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Dalam dimensi realistik secara organisasional , dapat dilihat bahwa salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan BPPD Kota Bandung adalah sumber daya manusia dan sarana prasarana. Adapun dari segi jumlah sumber daya manusianya belum memadai dan untuk sarana prasarana tergolong cukup memadai dan cenderung harus ditingkatkan.

## **6. Fleksibel**

Karakteristik pengawasan dapat dikatakan efektif bila salah satunya adalah fleksibel. Pengawasan harus mempunyai fleksibilitas untuk memberikan tanggapan atau reaksi terhadap ancaman ataupun kesempatan dari lingkungan. BPPD Kota Bandung untuk menjalankan fungsi dan tugasnya tidak lepas dipengaruhi oleh kendala-kendala yang dihadapi, baik yang datang dari dalam lingkungan maupun dari luar lingkungan. Peneliti memberikan pertanyaan mengenai topik ancaman

terhadap pengawasan pajak reklame di Kota Bandung kepada Bapak Drajat selaku kepala bidang pemeriksaan dan pengawasan beliau berkata bahwa:

*“Kendala ada. Apabila ada orang yang memasang reklame yang illegal dan sudah tayang terus dinikmati oleh masyarakat kota bandung kita wajib mengambil pajaknya. Yang jadi masalah kalau reklame itu tidak ada satupun data dari dinas perizinan kita tidak bisa menarik pajaknya. Dan untuk mengatasi masalah tersebut perlu waktu sinkronisasi dengan dinas lain.”* (Wawancara tanggal 18 juni 2020).

Hal ini juga dikemukakan Kepala sub bidang penindakan BPPD Kota Bandung bapak Anthony Daulay, S.H bahwa:

*“Ada. Misalnya ketahuan ada masyarakat yang memasang reklame tidak berizin dan lalu tebang tetapi tidak semudah itu untuk ditebang tentu harus ada berita acara, anggarannya dan kata pa hedy juga harus disimpan digudang.”* (Wawancara tanggal 18 juni 2020).

Hal ini kemukakan Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame, beliau berkata bahwa:

*“Kendalanya, dalam pelaksanaan pengawasan reklame illegal banyak yang tidak terdaftar alamat dimana orang dimana sedangkan dalam eksekusi oleh satpol. Bppd juga bingung masalah reklame yang illegal mau nagih dan memungut ke siapa karena tidak ada datanya. Untuk pengawasan pajak reklame kita selalu berkoordinasi dengan dinas lain, apabila ada berbagai hambatan yang ada tentu kita evaluasi dan di rapatkan. Kalau ketauan memasang reklame illegal kita panggil dan suruh daftar kalau dia ga daftar kita ga bisa menetapkan juga. Harus ada pendataan supaya ada pertanggung jawaban masalah naskahnya seperti ukuran.”* (Wawancara tanggal 18 juni 2020).

Hal ini juga dipertegas oleh bapak Suhendi sebagai seksi sub sub bidang penindakan:

*“Kendala tentu ada. Kita BPPD tidak bisa mengeksekusi reklame illegal, jika kita mengeksekusi reklame illegal sendiri kita tidak punya gudang penyimpanan sebagai gudang penyimpanan alat bukti, Maka dari itu kita*

*bekerja sama dengan Satpol PP untuk penegakan reklame yang illegal.’’  
(Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Dikemukakan oleh bapak Ryan Rispargalang, SE sebagai seksi sub bidang pajak.

*“Kita disini tidak ada tim survey, kita tidak tau yang bayar pajak, paling yang datang kesini dan mendaftar kita liat bayar pajak atau engga. Kalau dilapangan yang mana saja yang bayar pajak kadang kita juga tidak tau. Harus ada tim kelapangan, sedangkan yang punya tupoksi ini satpol pp. Kita tidak tau reklame illegal, yang kita tau disini ada orang yang dateng dan ada nota disini baru kita tetapkan. Masalah orang yang ga bayar pajak kita tidak tau apabila belum terdaftar di bppd. Selanjutnya untuk mengatasi itu buat sementara di bppd kita selalu mengadakan rapat evaluasi bekerja, apabila ada berbagai bentuk permasalahan tentu dibahas dan dirapatkan. Adapun sanksi yang didapatkan apabila ada reklame yang illegal yaitu Ditebang’’(Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Berdasarkan pernyataan diatas, ancaman datang dari wajib pajak reklame itu sendiri, dimana adanya reklame yang illegal yang tentunya tidak mempunyai izin untuk mendirikan reklame serta tidak membayar pajak reklamennya.

### **C. Pembahasan**

Pembahasan penelitian merupakan hasil dari analisis berdasarkan data dan fakta yang peneliti dapati dilapangan dengan didasarkan teori yang dipakai, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pengawasan menurut Handoko (2015:370) mengenai karakteristik pengawasan yang efektif. Teori itu dipakai untuk mengukur sejauhmana keberhasilan pengawasan pajak reklame melalui beberapa dimensi penilaian, diantaranya akurat, tepat waktu, obyektif dan menyeluruh, terpusat pada titik-titik pengawasan strategis, realistik secara organisasional, dan fleksibel. Adapun pembahasan yang telah peneliti paparkan mengenai pengawasan pajak reklame, yakni sebagai berikut:

### **1. Akurat**

Dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD Kota Bandung, adanya suatu pengawasan baik berupa pengawasan administrasinya ataupun pengawasan dilapangan secara langsung. Pengawasan administrasi yang dilakukan oleh BPPD Kota Bandung itu sendiri meliputi berbagai persyaratan memasang reklame di kota bandung, seperti harus adanya surat izin penyelenggaraan reklame, Bagaimana status penyelenggaraan reklame, serta dilakukannya penetapan pembayaran dan penagihan pajak reklame yang terhutang sesuai dengan ketentuan yang ada.

Pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD Kota Bandung juga bukan hanya mengawasi penyelenggaraan reklame baru saja, tetapi dilakukannya juga mengenai reklame lama yang akan melakukan perpanjangan karena adanya masa berlaku reklame yang tayang. Hal itu dilakukan guna mengoptimalkan sumber pendapatan asli daerah dari sektor reklame yang diambil pajaknya oleh BPPD Kota Bandung.

Dalam dimensi akurat dalam pengawasan pajak reklame, dapat diketahui bahwa pimpinan selalu memberikan informasi pelaksanaan pengawasan terhadap pegawainya dan pihak BPPD juga mendapatkan data yang akurat yang diberikan oleh wajib pajak kepada BPPD.

Tabel tabel 4. 3

**Hasil Penilaian Atas Dimensi Akurat**

<b>Indikator</b>	<b>Hasil Penilaian</b>
Informasi Pelaksanaan Kegiatan	Informasi tentang pelaksanaan kegiatan sudah jelas
Data yang dimiliki	Mendapatkan data dari wajib pajak kepada BPPD

Mengacu pada beberapa penjelasan dan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dimensi akurat dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD kota bandung sudah baik, dilihat dari kejelasan tentang informasi yang diberikan untuk melaksanakan kegiatan pengawasan dan data yang diberikan oleh wajib pajak sudah baik dan memadai.

**2. Tepat waktu**

Informasi harus dikumpulkan, disampaikan dan dievaluasi secepatnya bila kegiatan perbaikan harus segera dilakukan. Adanya suatu pelaksanaan pengawasan pajak reklame dimana pelaksanaan pengawasan tersebut harus dijalankan sesuai intruksi dan jadwal yang telah ditetapkan. Dalam dimensi tepat waktu dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan BPPD Kota Bandung dapat diketahui bahwa dilaksanakannya pelaksanaan pengawasan terhadap aspek perpajakannya secara rutin dengan jadwal yang telah ditetapkan, hal ini bersumber dari hasil wawancara terhadap informan yang dijelaskan dari beberapa informan yang peneliti wawancarai.

**Tabel 4.4****Hasil Penilaian Atas Dimensi Tepat Waktu**

Indikator	Hasil Penilaian
Pelaksanaan Kegiatan Pengawasan	pelaksanaan kegiatan pengawasan dijalankan sesuai SOP.

Mengacu pada beberapa penjelasan dan tabel diatas, maka peneliti simpulkan bahwa pada dimensi tepat waktu dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan sudah sesuai dan dijalankan, terlihat dari berbagai pernyataan dari Bapak drajat selaku Kepala Seksi Sub Bidang Pemeriksaan dan Pengawasan, bapak suhendi selaku seksi sub bidang penindakan, Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame, dan bapak Ryan Rispargalang, SE sebagai seksi sub bidang pajak, pada intinya informan mengatakan pemeriksaan mengenai pengawasan pajak reklame dilakukan secara berskala dan secara periodik dan sesuai jadwal yang ditetapkan sebelumnya.

### 3. Obyektif dan menyeluruh

Informasi harus mudah dipahami dan bersifat objektif serta menyeluruh. Pengawasan pajak reklame dilakukan guna meningkatkan pendapatan asli daerah yang ada di kota bandung. Keobjektifan sangat perlu dalam pemungutan pajak reklame hal ini dilakukan agar pengawasan dilakukan berjalan efektif.

**Tabel 4.5****Hasil Penilaian Atas Dimensi Obyektif dan Menyeluruh**

<b>Indikator</b>	<b>Hasil Penilaian</b>
Kegiatan Pengawasan dilakukan menyeluruh	Pengawasan dilakukan secara menyeluruh
Sosialisasi Pajak Reklame	Adanya Sosialisasi Pajak Reklame

Mengacu pada beberapa penjabar di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa pada dimensi obyektif dan menyeluruh dalam pengawasan pajak reklame di kota bandung yang dilakukan oleh BPPD sudah baik. Pengawasan yang dilakukan oleh BPPD selama ini tidak membedakan antara para wajib pajak satu dan wajib pajak lainnya, jika dalam pengawasan administrasi maupun pengawasan dilapangan ditemukan yang tidak sesuai ketentuan maka akan ditindak.

**4. Terpusat pada titik pengawasan strategik**

Sitem pengawasan harus memusatkan perhatian pada bidang-bidang dimana penyimpangan-penyimpangan sering terjadi. Dalam pajak reklame terdapat nilai strategis pemasangan reklame yang selanjutnya disingkat NSPR adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Dasar pengenaan reklame adalah nilai sewa reklame yaitu nilai strategis ditambah nilai jual objek pajak reklame dan nilai strategis reklame.

**Tabel 4.6****Hasil Penilaian Atas Dimensi Terpusat pada titik pengawasan strategik**

<b>Indikator</b>	<b>Hasil Penilaian</b>
Lokasi dilakukannya Pengawasan	Pengawasan dilakukan berdasarkan lokasi strategik

Mengacu pada beberapa penjelasan dan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dimensi terpusat pada titik-titik pengawasan strategik dalam pengawasan pajak reklame di kota bandung dapat dikatakan baik. Pengawasan yang dilakukan Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung selalu memusatkan pada tempat atau lokasi strategis, karena mengingat banyaknya para wajib pajak yang ingin produknya terlihat oleh masyarakat.

### **5. Realistik Secara organisasional**

Pada dimensi realistik secara organisasional dalam pengawasan pajak reklame di Kota Bandung, melihat dari hasil wawancara sebelumnya menjelaskan bahwa dalam melakukan pekerjaan sesuai dengan SOP. Kemudian kendala atau hambatan yang ada dalam proses pelaksanaan kegiatan pengawasan yaitu sumber daya manusianya itu sendiri dari segi jumlahnya kurang memadai yang menjadi kendala dalam proses pengawasan pajak reklame di Kota Bandung, jumlah SDM yang belum memadai tidak seimbang dengan jumlah volume pekerjaan yang tinggi. Sedangkan dari segi sarana dan prasarana guna menunjang pelaksanaan pengawasan pajak reklame tergolong memadai hal ini telah di utarakan oleh informan bapak drajat dan bapak ryan, beliau mengutarakan hal yang sama bahwa sarana dan prasarana memadai mulai dari adanya komputer, mobil dinas, dan pelaporannya pun ada.



**Tabel 4.7****Hasil Penilaian Atas Dimensi Realistik Secara Organisasional**

<b>Indikator</b>	<b>Hasil Penilaian</b>
Sumber Daya Manusia	Jumlah Sumber Daya Manusia belum memadai
Sarana dan Prasarana	Sarana dan prasarana memadai

Mengacu pada beberapa penjelasan dan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dimensi realistik secara organisasi dalam pengawasan pajak reklame yang dilakukan BPPD sudah baik, hal ini dilihat dari sarana dan prasana yang menunjang proses pelaksanaan pengawasan pajak reklame, walaupun pada kategori SDM yang dimiliki belum baik dikarenakan keterbatasan petugas pengawasan dan pengendalian. Hal ini terlihat dari pernyataan pegawai BPPD yang menyatakan dalam melaksanakan kerja sesuai dengan prosedur pekerjaannya di bidang masing-masing.

**6. Fleksibel**

Pengawasan harus mempunyai fleksibilitas untuk memberikan tanggapan atau reaksi terhadap ancaman ataupun kesempatan dari lingkungan. Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung sebagai pengelola keuangan daerah dan mempunyai fungsi pengawasan pajak reklamen dalam melaksanakan tugas dan fungsinya banyak dipengaruhi oleh faktor lingkungan, baik yang datang dari dalam lingkungan (*internal environment*) maupun dari luar lingkungan (*external environment*). Faktor-faktor dari dalam lingkungan dapat mempengaruhi pelaksanaan tugas dan fungsi BPPD Kota Bandung adalah Faktor Kekuatan, yang terdiri dari motivasi dan semangat kerja pegawai cukup tinggi, adanya dukungan

dari pimpinan dan koordinasi yang baik. Sedangkan faktor luar yang mempengaruhi adalah potensi pajak daerah yang belum tergali secara optimal hal dilihat dari penerimaan pajak reklame kota Bandung pada tahun 2014-2019 belum optimal selanjutnya dari kesadaran wajib pajak yang masih rendah dilihat dari adanya reklame yang illegal sehingga penerimaan pajak reklame rendah.,berikut hasil penilaian atas indikator fleksibel :

**Tabel 4.8**

**Hasil Penilaian Atas Dimensi fleksibel**

<b>Indikator</b>	<b>Hasil Penilaian</b>
Hambatan dalam Kegiatan Pengawasan	Merespon Hambatan dalam Kegiatan Pengawasan
Cara Mengatasi Hambatan Pengawasan	Mengatasi Hambatan Pengawasan

Dari uraian dan tabel diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa pengawasan harus memiliki fleksibilitas untuk memberikan tanggapan atau reaksi terhadap ancaman atau kesempatan dari lingkungan, dan pada dimensi ini dapat dikatakan baik hal ini dilihat pimpinan selalu memberikan semangat serta memotivasi pegawai dalam bekerja sudah baik meskipun adanya ancaman yang datang dari wajib pajak reklame itu sendiri, dimana adanya reklame yang illegal yang tentunya tidak mempunyai izin untuk mendirikan reklame serta tidak membayar pajaknya.

#### **D. Faktor Penghambat dalam Pengawasan Pajak Reklame di Kota Bandung yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung**

Pajak reklame merupakan salah satu pajak yang bisa dimaksimalkan oleh Kota Bandung dalam pendapatan daerah dan untuk membiayai kebutuhan serta pengeluaran yang dibutuhkan oleh kota bandung, maka dari itu perlu adanya fungsi pengawasan untuk melihat apakah target yang ditetapkan sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya. Dalam suatu proses pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh BPPD Kota Bandung tentu saja tidak berjalan mulus tetapi tentu saja akan menemui beberapa tantangan, dan mungkin saja akan selalu ada hambatan yang menghambat dalam proses pengawasan pajak reklame di Kota Bandung. Sama halnya dengan Badan Penglolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung terdapat beberapa faktor penghambat, diantaranya:

##### **1. Terbatasnya jumlah sumber daya manusia**

Sumber daya manusia merupakan satu faktor yang sangat mempengaruhi pelaksanaan pengawasan pajak reklame dikota bandung. Diperlukannya SDM yang terampil dan memadai untuk mengoptimalkan target yang sudah di tetapkan. Untuk SDM di BPPD Kota Bandung dalam pengelolaan pajak reklame masih belum memadai dari segi jumlah orangnya, karena dalam pengawasan pajak reklame ini diperlukannya para pegawai untuk mengawasi pajak reklame di kota bandung, disamping itu para pegawainya tidak semua mengerti dan ahli tentang reklame karena reklame itu agak unik banyak teknis serta administrasinya dilapangan.

## 2. Kesadaran Wajib Pajak terhadap pajak daerah masih kurang

Hal ini dilihat dari adanya reklame yang illegal dipasang tanpa izin dan tidak membayar pajaknya. Hal ini dipertegas oleh Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame yang dilakukan pada tanggal 18 juni 2020 adalah sebagai berikut.

*“Dalam pelaksanaan pengawasan reklame illegal banyak yang tidak terdaftar alamat dimana orang dimana sedangkan dalam eksekusi oleh satpol. Bppd juga bingung masalah reklame yang illegal mau nagih dan memungut ke siapa karena tidak ada datanya.”*  
(Wawancara tanggal 18 juni 2020).

Berdasarkan pernyataan yang dilontarkan diatas dapat diketahui bahwa kesadaran wajib pajak terhadap pajak daerah masih kurang hal ini dilihat dari banyaknya reklame yang illegal, hal ini menyebabkan rendahnya realisasi penerimaan pajak reklame di Kota Bandung.

## 3. Penetapan potensi pajak reklame belum tepat sasaran.

Dalam penetapan target penerimaan pajak reklame sangatlah besar oleh karena itu dalam hal realisasi pajak reklamennya pun sering tidak tercapai. Hal ini ditegaskan oleh Bapak cecep sutisna S.Sos., M.Si. selaku kepala bidang pajak reklame yang dilakukan pada tanggal 18 juni 2020 adalah sebagai berikut.

*“Potensi reklame tidak sesuai target, itu akibat penyeimbang neraca anggaran pemkot kota bandung. Jadi perwalnya tarif harus disesuaikan tapi tidak gampang untuk dikejar, harus ada kajian, stake holder pengusaha setuju atau tidak, potensi dilapangan harus jelas. Yang kendala banyak kondisi dilapangan dan terlihat banyak reklame, padahal itu ada reklame yang tidak kena pajak kaya reklame sosialiasi, pemerintah, sekolah, notaris. Nah dilapangan semua itu dihitung jadi gede target padahal yang kena potensi pajaknya cuman 50 an.”* (Wawancara tanggal 18 juni 2020).

**E. Upaya dalam Pengawasan Pajak Reklame di Kota Bandung yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung**

Dengan beberapa hambatan yang ditemui pada pengawasan pajak reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung tentunya pihak yang bersangkutan tidak tinggal diam dengan hal tersebut. Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan di Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung dan dengan melihat data yang berhasil penulis peroleh dari BPPD Kota Bandung telah melaksanakan kewajibannya dalam hal upaya peningkatan pengawasan pajak reklame guna meningkatkan penerimaan pajak reklame. Terdapat beberapa upaya yang dilakukan diantaranya .

1. Meningkatkan jumlah sumber daya manusia dan meningkatkan kompetensinya melalui pendidikan dan pelatihan.
2. Sosialisasi pemahaman tentang pajak reklame kepada masyarakat

Pajak reklame merupakan salah satu pendapatan daerah yang dikelola oleh BPPD Kota Bandung untuk mengoptimalkan penerimaannya. Hal ini diupayakan terus melakukan sosialisasi oleh BPPD Kota Bandung terhadap masyarakat akan pentingnya mematuhi aturan-aturan tentang memasang reklame, dengan cara mendaftarkan reklame berdasarkan izin dan membayar pajaknya di BPPD Kota Bandung.

3. Dilaksanakannya pengawasan secara rutin terhadap wajib pajak, hal tersebut untuk menghindari adanya penyimpangan atau adanya data yang tidak benar disampaikan oleh wajib pajak.
4. Penegakan aturan atas penyelenggaran pengawasan pajak reklame

Upaya yang dilakukan BPPD disini dengan melihat peraturan atau kebijakan baru mengenai pajak reklame yang telah dibuat berdasarkan keputusan yang ada. Dimana perda yang terbaru bisa mengoptimalkan realisasi penerimaan pajak reklame. Hal ini ditegaskan oleh Bapak Drajat selaku kepala bidang pemeriksaan dan pengawasan yang dilakukan pada tanggal 18 juni 2020 adalah sebagai berikut.

*“Yang waktu itu terkendala pungutan pajak reklame by izin , yang ada izin bisa ditarik. sekarang pungutan pajak sesuai tayang, yang tidak berizin bisa dipungut pajak. Untuk perdanya ada tetapi perlu sosialisasi agar masyarakat tidak kaget juga.” (Wawancara tanggal 18 juni 2020).*

Disini dapat dipahami adanya perda yang baru dimana apabila ada reklame yang tidak berizin dan ketahuan siapa orangnya maka wajib orang tersebut membayar pajak meskipun tidak memiliki izin dan dihitung berdasarkan tayangnya reklame. Bisa dicermati bahwa tidak tercapainya target yang ditetapkan dari pajak reklame karena adanya wajib pajak yang tidak patuh untuk membayarnya. Dengan segala bentuk cara yang sedang ataupun telah dilakukanya BPPD Kota Bandung, diharapkan untuk periode selanjutnya penerimaan pajak reklame dapat tercapai bahkan atau melebihi target penerimaan pajak reklamenya.

Maka dari itupun harus adanya kerja sama antara masyarakat dan petugas yaitu bagi masyarakat dengan cara melakukan pembayaran pajak sesuai dengan

waktu yang tertera, memasang reklame dengan izin pendirian yang sudah disepakati, sehingga petugas pun akan mudah sekali dalam proses olah data penerimaan pajak reklamenya karena masyarakatnya yang taat dan patuh terhadap aturan yang ada.

