

Sinergitas antara Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam Penanganan Pajak Reklame Illegal di Kabupaten Sidoarjo

Dita Novida Argani

ditanovida02@gmail.com

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstrak

Salah satu pajak yang berkontribusi bagi pembangunan daerah yaitu pajak reklame. Masalah yang sering timbul adalah banyaknya reklame yang masih terpasang namun sudah melampaui jangka waktu batas pemasangan, bisa disebut pajak reklame illegal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sinergitas atau kerja sama antara Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam menangani masalah pajak reklame illegal di Kabupaten Sidoarjo dan mengetahui upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah adanya sinergitas komunikasi antara kedua belah pihak dalam penanganan pajak reklame illegal berupa rekonsiliasi yang dilakukan tiap 2 bulan atau 3 bulan sekali sebagai upaya agar data yang dimiliki cocok dan terjalin komunikasi yang baik antara BPPD dan DPMPTSP dan dengan pengadaan KSWP (Konfirmasi Status Wajib Pajak), Dimana KSWP ini bertujuan agar data yang masuk di BPPD akan dilanjutkan untuk di follow up DPMPTSP karena BPPD hanya bertindak sebagai pelayanan pajaknya saja. Upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo yaitu BPPD akan koordinasi dengan DPMPTSP dan Satpol PP lalu customernya akan dipanggil.

Kata kunci : pajak reklame, sinergitas, sanksi hukum

Abstract

One of the tax that contributes to regional development is the advertisement tax. The problem that often arises is the number of advertisement that are still installed but have exceeded the installation deadline, can be called illegal advertisement tax. This study aims to determine the synergy or the cooperation between the regional tax service agency with the one-stop integrated service and investment service department in handling with the problem of illegal advertisement tax in Sidoarjo Regency and to find out the efforts to apply legal sanctions to advertisement without permission in Sidoarjo regency. This research uses descriptive qualitative research methods. The results of this research are the synergy of communication between the both sides in handling illegal advertisement tax in the form of reconciliation which is conducted every 2 months or 3 months as an effort to make the data suitable and good communication is established between BPPD, DPMPTSP and with the

procurement of KSWP (Confirmation of Taxpayer Status), where the KSWP aims to keep the data entered in the BPPD to be followed up for DPMPTSP because the BPPD only acts as a tax service. Efforts to apply legal sanctions to dvertisement without permission in Sidoarjo regency, that is BPPD, will coordinate with DPMPTSP, Satpol PP and then the customers will be called.

Keywords : *advertisement tax, synergy, legal sanctions*

PENDAHULUAN

Pembangunan daerah tidak terlepas dari berhasilnya pemerintah daerah dalam mengelola daerahnya termasuk dalam urusan pajak. Berbagai jenis pajak telah dibuat dan disiapkan untuk memenuhi amanat menghimpun penerimaan negara yang berasal dari pajak. Namun dalam proses penarikan pajak selalu terdapat kesulitan karena merupakan masalah yang sulit dan rumit sehingga memerlukan korelasi yang signifikansi antara pemerintah dan para wajib pajak.

Pemerintah dalam hal ini sudah banyak melakukan kemudahan dalam pelaksanaan pajak, mulai dari proses perizinan maupun pembayarannya. Namun masih banyak kendala yang ditemui, bukan hanya berasal dari oknum pemerintah maupun dinas yang bersangkutan tapi juga dari masyarakat yang masih enggan sadar diri dengan kewajiban yang harus dilakukan padahal pajak untuk pembangunan negara dan fasilitas yang diperoleh setiap harinya.

Pajak adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu Pajak Negara dan Pajak Daerah, lalu pajak daerah dibagi menjadi dua bagian yakni Pajak Provinsi dan Pajak Kabupaten atau Kota. Pajak negara pelaksanaan pungutannya dilakukan oleh pusat, sedangkan pajak daerah pungutannya dilakukan oleh daerah (provinsi dan kabupaten atau kota).

Salah satu pajak yang berkontribusi bagi pembangunan daerah yaitu pajak reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Jadi, Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame yang dipungut berdasarkan Undang-undang yang berlaku.

Peraturan daerah kabupaten sidoarjo nomor 7 tahun 2011 tentang pajak reklame menyatakan bahwa Pajak Reklame merupakan salah satu Pajak Daerah sebagai sumber pendapatan asli Daerah yang penting guna mendanai penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah untuk memantapkan Otonomi Daerah yang luas, nyata, dan bertanggung jawab.

Pajak Reklame merupakan salah satu jenis pajak Provinsi yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah yang dimana tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar paling tinggi sebesar 25%. Dalam PERDA Kabupaten Sidoarjo nomor 7 tahun 2011 pajak reklame ditetapkan sebesar 25% dari nilai sewa.

Pemasangan berupa selebaran, stiker, baliho, spanduk dan poster ini diberikan waktu tenggang yang sudah ditetapkan namun masalah yang sering timbul adalah adanya oknum yang tak menaati peraturan tersebut bahkan tetap dibiarkan terpasang begitu saja maka pajak reklame tersebut disebut dengan illegal. Masalah yang kedua yaitu adanya sanksi yang diberikan akibat pelanggaran yang dilakukan namun terkadang masih dihiraukan.

Alasan melakukan penelitian berdasarkan masalah tersebut diatas dengan mengacu pada teori yang digunakan adalah untuk melihat sinergitas yang dilakukan antara badan pelayanan pajak daerah dengan dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu kabupaten sidoarjo dalam penanganan pajak reklame illegal serta upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo.

TINJAUAN PUSTAKA

Kebijakan Publik

Thomas R Dye sebagaimana dikutip Islamy (2009:19) mendefinisikan kebijakan publik sebagai *“is whatever government choose to do or not to do”* (apapun yang dipilih pemerintah untuk dilakukan atau untuk tidak dilakukan). Definisi ini menekankan bahwa kebijakan publik adalah mengenai perwujudan

“tindakan” dan bukan merupakan pernyataan keinginan pemerintah atau pejabat publik semata.

Kebijakan dapat pula dipandang sebagai sistem. Bila kebijakan dipandang sebagai sebuah sistem, maka kebijakan memiliki elemen-elemen pembentuknya. Menurutnya terdapat tiga elemen kebijakan yang membentuk sistem kebijakan. Dye menggambarkan ketiga elemen kebijakan tersebut sebagai kebijakan publik/public policy, pelaku kebijakan/policy stakeholders, dan lingkungan kebijakan/policy environment.

Sedangkan David Easton sebagaimana dikutip Agustino (2008:19) memberikan definisi kebijakan publik sebagai “ *the autorative allocation of values for the whole society*”. Definisi ini menegaskan bahwa hanya pemilik otoritas dalam sistem politik (pemerintah) yang secara sah dapat berbuat sesuatu pada masyarakatnya dan pilihan pemerintah untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu diwujudkan dalam bentuk pengalokasian nilai-nilai.

Kebijakan publik dengan model sistem mengandaikan bahwa kebijakan merupakan hasil atau output dari sistem (politik). Seperti dipelajari dalam ilmu politik, sistem politik terdiri dari input, throughput, dan output.

Lalu menurut James E. Anderson (1984) Kebijakan publik (Public Policy) adalah suatu aturan yang mengatur kehidupan bersama yang harus ditaati dan berlaku mengikat seluruh warganya, setiap pelanggaran akan diberi sanksi sesuai dengan bobot pelanggaran yang dilakukan dan sanksi dijatuhkan didepan masyarakat oleh lembaga yang mempunyai tugas menjatuhkan sanksi.

Dimana implikasi dari kebijakan tersebut adalah: 1) kebijakan publik selalu mempunyai tujuan tertentu atau mempunyai tindakan-tindakan yang berorientasi pada tujuan; 2) kebijakan publik berisi tindakan-tindakan pemerintah; 3) kebijakan publik merupakan apa yang benar-benar dilakukan oleh pemerintah, jadi bukan merupakan apa yang masih dimaksudkan untuk dilakukan; 4) kebijakan publik yang diambil bisa bersifat positif dalam arti merupakan tindakan pemerintah mengenai segala sesuatu masalah tertentu,

atau bersifat negatif dalam arti merupakan keputusan pemerintah untuk tidak melakukan sesuatu; 5) kebijakan pemerintah setidak-tidaknya dalam arti yang positif didasarkan pada peraturan perundangan yang bersifat mengikat dan memaksa.

Sinergitas

Najiyati dan Rahmat (2011) Mendefinisikan bahwa sinergi sebagai kombinasi atau paduan unsur atau bagian yang dapat menghasilkan keluaran lebih baik dan lebih besar. Jadi sinergi dapat dipahami sebagai operasi gabungan atau perpaduan unsur untuk menghasilkan output yang lebih baik. Juga dapat diartikan sebagai kerjasama unsur atau bagian atau fungsi atau instansi atau lembaga yang menghasilkan suatu tujuan lebih baik dan lebih besar daripada dikerjakan sendiri. Hasil dari bersinergi adalah terciptanya saling menghargai dan pelaksanaan tugas atau kewajiban menjadi lebih maksimal dan efisien. Sinergitas dapat terbangun melalui dua cara yaitu Komunikasi dan Koordinasi.

Karena pada dasarnya sinergitas akan terjadi apabila terjadi koordinasi dan komunikasi yang baik antara keduanya. Komunikasi tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya koordinasi. Komunikasi merupakan cara yang digunakan sumber untuk menyampaikan informasi dan kemudian si penerima pesan memberikan rangangan atas informasi yang disampaikan. Munculnya rangsangan ini artinya adanya timbal balik dari si penerima sehingga terjadilah pertukaran informasi.

Koordinasi

Istilah koordinasi berasal dari kata inggris coordination yang mempunyai arti mengatur. Koordinasi dan kerja sama atau hubungan kerja adalah dua pengertian yang saling terkait. Koordinasi hanya dapat dicapai atau terjalin bila terjadi hubungan kerja yang efektif. Hubungan kerja adalah bentuk komunikasi administrasi yang mendukung tercapainya koordinasi.

Kesimpulan gabungan dari pengertian koordinasi yaitu usaha kerja sama menyatukan kegiatan-kegiatan sehingga diperoleh keserasian dalam pelaksanaan tugas atau kerja untuk mencapai tujuan bersama secara efisien.

Moekijat (1994, h.39) menyebutkan ada 9 (sembilan) syarat untuk mewujudkan koordinasi yang efektif, yaitu

1) Hubungan langsung

Bahwa koordinasi dapat lebih mudah dicapai melalui hubungan pribadi langsung.

2) Kesempatan awal

Koordinasi dapat dicapai lebih mudah dalam tingkat-tingkat awal perencanaan dan pembuatan kebijaksanaan.

3) Kontinuitas

Koordinasi merupakan suatu proses yang kontinu dan harus berlangsung pada semua waktu mulai dari tahap perencanaan.

4) Dinamisme

Koordinasi harus secara terus-menerus diubah mengingat perubahan lingkungan baik intern maupun ekstern.

5) Tujuan yang jelas

Tujuan yang jelas itu penting untuk memperoleh koordinasi yang efektif.

6) Organisasi yang sederhana

Struktur organisasi yang sederhana memudahkan koordinasi yang efektif.

7) Perumusan wewenang dan tanggung jawab yang jelas

Wewenang yang jelas tidak hanya mengurangi pertentangan di antara pegawai-pegawai yang berlainan, tetapi juga membantu mereka dalam pekerjaan dengan kesatuan tujuan.

8) Komunikasi yang efektif

Komunikasi yang efektif merupakan salah satu persyaratan untuk koordinasi yang baik.

9) Kepemimpinan supervisi yang efektif

Kepemimpinan yang efektif menjamin koordinasi kegiatan orang-orang, baik pada tingkat perencanaan maupun pada tingkat pelaksanaan.

Pajak

Pajak merupakan iuran rakyat kepada negara berdasarkan undang-undang, sehingga dapat dipaksakan, dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung. Pajak dipungut berdasarkan norma-norma hukum untuk menutup biaya produksi barang dan jasa kolektif untuk mencapai kesejahteraan umum. Penolakan untuk membayar, penghindaran, atau perlawanan terhadap pajak pada umumnya termasuk pelanggaran hukum.

Pajak Daerah

Pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pajak daerah tertuang dalam UU No. 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah dan retribusi daerah (PDRD). Pajak daerah terdiri atas:

1. Pajak provinsi, contoh: Pajak kendaraan bermotor, pajak bahan bakar kendaraan bermotor, rokok, kendaraan di atas air, dan bea balik nama kendaraan.
2. Pajak Kabupaten/Kota, contoh: pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak mineral bukan logam dan batuan, pajak parkir, pajak air tanah, pajak sarang burung walet, pajak bumi dan bangunan pedesaan dan perkotaan, bea perolehan hak atas tanah dan bangunan, dan pajak penerangan jalan.

Pajak Reklame

Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Reklame adalah benda, alat, atau perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa,

orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh umum.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Tipe penelitian dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi sehingga dapat ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer berupa wawancara dengan pegawai badan dan dinas terkait serta data sekunder yang berasal dari jurnal dan literature. Teknik yang digunakan yaitu berupa wawancara, observasi, studi dokumen, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, penyajian data dan dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Badan Pelayanan Pajak Daerah dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu merupakan instansi pemerintahan yang bertugas sebagai *desicion maker* yakni pembuat kebijakan yang bergerak pada bidang pelayanan publik. Keduanya memiliki keterkaitan program yakni pengelolaan pendapatan asli daerah berupa pajak reklame di kabupaten sidoarjo. Berdasarkan hasil penelitian tentang penanganan pajak reklame illegal, maka bentuk sinergitas kedua instansi tersebut berupa komunikasi dan koordinasi, yaitu :

A. Komunikasi

Dalam hal ini Komunikasi dapat di buktikan melalui rekonsiliasi yang dilakukan tiap 2 bulan atau 3 bulan sekali.

Komunikasi yang dimaksud yaitu BPPD mengadakan rekonsiliasi dengan DPMPSTSP tiap 2 bulan atau 3 bulan sekali sebagai upaya yang dilakukan agar

data yang dimiliki match dan terjalin komunikasi karena banyak wajib pajak yang di persil atau di lokasi milik sendiri tidak melakukan proses perizinan. Hasil rekonsiliasi setelah dipisah masih banyak yang belum izin terutama yang persil seperti nama-nama toko sehingga waktu orang tersebut datang untuk membayar pajak maka terlebih dahulu disuruh membuat surat pernyataan. Surat pernyataan merupakan suatu himbuan dari BPPD untuk menyelesaikan proses perijinan.

B. Koordinasi

Dapat di simpulkan bahwa koordinasi adalah sebuah kegiatan yang terintegrasi yang tidak dapat di pisahkan dari komunikasi antara satu pihak dengan pihak yang lain demi mencapai suatu tujuan. Artinya dalam kesamaan sasaran antara kedua instansi yaitu Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu adalah sama-sama ingin menyelesaikan masalah pajak reklame tanpa izin yang marak di kabupaten sidoarjo dapat dilakukan dengan komunikasi yang baik antara kedua instansi dengan pengadaan KSWP (Konfirmasi Status Wajib Pajak) yaitu merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah sebelum memberikan layanan publik tertentu guna mendapatkan keterangan status wajib pajaknya. Dimana KSWP ini bertujuan agar data yang masuk di BPPD akan dilanjutkan untuk difollow up DPMPTSP karena BPPD hanya bertindak sebagai pelayanan pajaknya saja serta koordinasi upaya sanksi hukum reklame tanpa izin yaitu di kabupaten sidoarjo yaitu BPPD akan koordinasi dengan DPMPTSP dan Satpol PP lalu customernya akan dipanggil.

Data yang mendukung dengan penjelasan hasil wawancara yaitu berupa Data Target dan Realisasi Pajak Daerah sampai dengan 08 Juli 2020 dari Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo dimana dapat dijelaskan bahwa dengan adanya program-program sinergitas yang sedang dijalankan Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidoarjo menjadikan realisasi pajak reklame mengalami peningkatan sehingga dapat melebihi target yang diharapkan. Target pajak reklame yang diharapkan yaitu Rp. 6.100.000.000 menjadi Rp. 7.685.194.120 dihitung sampai dengan tanggal 08 Juli 2020.

Jadi, Sinergitas program atau kegiatan yang dilakukan antara Badan Pelayanan Pajak Daerah Kabupaten Sidoarjo dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidoarjo. Dalam bentuk sinergitas Badan Pelayanan Pajak Daerah telah melakukan beberapa hal diantaranya membantu para customer menemukan apa kendalanya, jika kendalanya karena tidak mengurus izin maka akan mengharuskan para

customer untuk membuat surat pernyataan yang berupa himbauan serta akan diarahkan ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu untuk menyelesaikan persoalan perizinan reklame tersebut.

Upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo yaitu BPPD akan koordinasi dengan DPMPTSP dan Satpol PP lalu customernya akan dipanggil untuk dilihat berapa lama waktu pemasangan reklamenya lalu dicocokkan dengan data dari survey yang pernah dilakukan pihak instansi sebagai bukti untuk membayar pajak. Jika nantinya pajak tersebut tanpa izin maka akan diarahkan ke DPMPTSP namun jika diketahui kalau tempat pemasangan reklame tersebut dilarang maka tugas Satpol PP untuk eksekusi seperti memotong reklame, melepas, dan lain sebagainya. Terutama reklame persil yang menurut para customer tidak kena pajak padahal menurut aturan jika ada materi yang ditayangkan maka sudah termasuk pajak dan harus wajib membayar pajak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai sinergitas atau kerja sama antara Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam menangani masalah pajak reklame illegal di Kabupaten Sidoarjo dan upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo adalah

1. Berdasarkan teori yang digunakan terdapat poin tentang komunikasi antar instansi, dalam hal ini kedua instansi sudah melakukan komunikasi yang baik namun masih belum berjalan optimal, mengingat data pengguna reklame belum saling terintegrasi dan masih memakai peraturan dan sistem sendiri-sendiri.
2. Berdasarkan poin tentang koordinasi kedua instansi sudah bekerja sama dalam hal pengadaan KSWP (Konfirmasi Status Wajib Pajak). Tapi sebatas hanya proses pengintegrasian data belum termasuk

dalam upaya yang dilakukan agar customer tetap membayar pajak namun juga tidak dipersulit dalam proses perizinan reklame.

3. Dari segi sumber daya manusia (SDA) sangat terbatas di instansi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidoarjo dalam penanganan pajak reklame.
4. Bentuk sinergitas Badan Pelayanan Pajak Daerah telah melakukan beberapa hal diantaranya rekonsiliasi dan pengadaan KSWP (Konfirmasi Status Wajib Pajak) serta membantu para customer menemukan apa kendalanya, jika kendalanya karena tidak mengurus izin maka akan mengharuskan para customer untuk membuat surat pernyataan yang berupa himbauan serta akan diarahkan ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu untuk menyelesaikan persoalan perizinan reklame tersebut.
5. Upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo yaitu BPPD akan koordinasi dengan DPMPTSP dan Satpol PP lalu customernya akan dipanggil untuk dilihat berapa lama waktu pemasangan reklamennya lalu dicocokkan dengan data dari survey yang pernah dilakukan pihak instansi sebagai bukti untuk membayar pajak. Jika nantinya pajak tersebut tanpa izin maka akan diarahkan ke DPMPTSP namun jika diketahui kalau tempat pemasangan reklame tersebut dilarang maka tugas Satpol PP untuk eksekusi seperti memotong reklame, melepas, dan lain sebagainya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran terkait sinergitas atau kerja sama antara Badan Pelayanan Pajak Daerah dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam menangani masalah pajak reklame illegal di Kabupaten Sidoarjo dan upaya penerapan sanksi hukum terhadap reklame tanpa izin di kabupaten sidoarjo yaitu sebagai berikut :

1. Agar Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu menambah pegawai yang menangani reklame serta lebih aktif memberi

sosialisasi terkait pentingnya perizinan reklame dan proses perizinan dapat lebih dipermudah sehingga banyak customer yang mengikuti aturan kepemilikan izin reklame.

2. Jika Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu tidak dapat memenuhi Tupoksi yang ada maka lebih baik agar mendelegasikan tugas tersebut kepada Badan Pelayanan Pajak Daerah.
3. Agar Badan Pelayanan Pajak Daerah dapat segera melakukan KSWB (Konfirmasi Status Wajib Pajak) sehingga data dapat terintegrasi dengan DPMPSTSP agar reklame tanpa izin segera ditindak lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- 7.BAB II. (n.d.). Retrieved 03 12, 2020, from Telaah Pustaka Koordinasi: administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id
- BAB II. (n.d.). Retrieved 03 12, 2020, from Kajian Teori Konsep Kebijakan Publik: eprints.uny.ac.id
- BAB III. (n.d.). Retrieved 03 12, 2020, from Metode Penelitian: digilib.unila.ac.id
- birokrazy08. (2010, 12 21). *Administrasi Publik*. Retrieved 06 10, 2020, from <https://birokrazy08.wordpress.com/2010/12/21/administrasi-publik/>
- Fahmi, N. (2017). PROSEDUR PENERIMAAN PAJAK REKLAME PADA DINAS PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN JEMBER.
- Hatmoko, A. T. (2017). EVALUASI KINERJA PENGAWASAN PAJAK REKLAME DI KABUPATEN SIDOARJO (STUDI PADA DINAS PENDAPATAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN ASET KABUPATEN SIDOARJO). 1-18.
- Indriawati, Y. N., & Fauziah, L. (2017). Akuntabilitas Perizinan Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sidoarjo . *JKMP (JURNAL KEBIJAKAN DAN MANAJEMEN PUBLIK)*, 45-55.
- Pajak, D. J. (n.d.). *djp*. Retrieved 03 12, 2020, from pajak: <https://pajak.go.id/id/pajak>

- Putri, N. I., & Ma'ruf, S.Sos., M.AP., M. F. (2018). ANALISIS PENGARUH PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN SIDOARJO TAHUN 2013-2017. *Jurnal Unesa*, 7.
- Rahmawati, T., Noor, I., & Wanusmawatie, I. (2014). Sinergitas stakeholders dalam inovasi daerah. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 641-647.
- Ratdiananto, A., Al Musadieg, M., & Hidayat, K. (2016). ANALISIS LAJU PERTUMBUHAN DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME TERHADAP PENDAPATAN PAJAK DAERAH . *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 1-6.
- RI, B. P. (2017). *JDIH BPK RI DATABASE PERATURAN*. Retrieved 06 18, 2020, from Perbup kabupaten sidoarjo nomor 16 tahun 2019: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/121710/perbup-kab-sidoarjo-no-16-tahun-2019>
- RI, B. (2017). *JDIH BPK RI DATABASE PERATURAN*. Retrieved 03 12, 2020, from perbup kabupaten sidoarjo no 44 tahun 2014: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/31413>
- SATRIYA, A. (2014). OPTIMALISASI PENGAWASAN PERIJINAN REKLAME DI DINAS PERIJINAN KABUPATEN SIDOARJO . *jurnal UPN*, 28.
- Sidoarjo, B. P. (2017). *Pajak Reklame*. Retrieved 03 12, 2020, from Perda nomor 7 tahun 2011: <https://pajakdaerah.sidoarjokab.go.id/web/pajak-reklame/>
- Widowati, S. (2015). ANALISIS KONTRIBUSI PAJAK REKLAME DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KABUPATEN SIDOARJO TAHUN 2011-2013 . 22.