BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap penyelenggaraan atau pemasangan reklame di daerah harus memperhatikan aspek tata ruang dan sosial budaya. Pengawasan penyelenggaraan reklame ini dilakukan terhadap aspek masa berlaku dari izin reklame, perpajakannya, estetika dan keindahan, kontruksi bangunan reklame serta tata ruang.

Reklame adalah suatu media yang bisa dipergunakan oleh pemerintah, pihak swasta ataupun masyarakat agar sebuah informasi dapat tersampaikan kepada publik. Jenis-jenis reklame diantaranya yaitu reklame papan, reklame kain, reklame melekat, reklame selebaran, reklame berjalan, reklame udara, reklame suara, reklame film, dan reklame peragaan.

Reklame membantu memberikan penerangan atau penjelasan kepada khalayak publik tentang apa yang di promosikan. Setiap pemasangan reklame, harus memiliki izin sebagai bukti legalitas hukum pemasangan reklame. Dan berikut data reklame yang telah diterbitkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Sukabumi.

Tabel 1.1

Data Reklame yang Diterbitkan

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Sukabumi

Perhitungan Izin Perbulan	Tahun			Total izin yang dikeluarkan
	2015	2016	2017	
Triwulan I	17	23	38	
Triwulan II	26	39	40	
Triwulan III	21	35	36	
Triwulan IV	32	36	39	
Jumlah jenis izin yang di keluar per tahun	96	133	138	**367**

Sumber : Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Sukabumi.

Dari data yang peneliti dapatkan ternyata reklame yang sudah memilki izin dalam waktu 3 tahun adalah sebanyak 367 reklame. Pemasangan reklame yang harus memiliki izin terlebih dahulu dikarenakan reklame adalah salah satu obyek pajak bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Potensi pajak reklame menjadi pemasukan daerah yang cukup besar khususnya di Kota Sukabumi. Reklame yang terpasang antara lain adalah iklan rokok, iklan kartu prabayar, iklan kuliner, produk kecantikan dan lain-lain. Melihat di tahun 2017 ternyata targetnya sebesar Rp. 748.000.000,- dan pencapaiannya yaitu Rp. 814.882.291,-. Namun melihat pencapaian target tersebut ternyata masih dirasa kurang optimal ketika pemasang reklame masih tidak mematuhi aturan dalam perizinan pemasangan reklame.

Berdasarkan observasi awal peneliti melihat adanya fenomena masalah yaitu :

1. Masih banyak reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tabel 1.2
Data Reklame yang Ditertibkan

Tahun	Jumlah	Jenis Media	Keterangan Pelanggaran
2015	446	1. Spanduk 2. Baligo 3. Standing Benner 4. Benner 5. Bendera 6. Billboard	1. Melintang Di Jalan 2. Tidak Memiliki Izin 3. Kadaluarsa 4. Dipasang Di Pohon/Taman Kota/Tiang Listrik
2016	733		
2017	376		

Sumber : Dinas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Sukabumi.

Dari data tersebut ketetuan dalam pemasangan reklame sudah tertera jelas dalam Peraturan Daerah No. 17 Tahun 2012 yang diantara lainnya reklame tidak boleh di pasang melintang dijalan, ditempel di bangunan orang lain, ditempel di tiang/pohon, memiliki iziinya dan membayar pajaknya. Dalam kurun waktu 3 tahun terakhir sebanyak 1.555 jenis reklame dipasang tidak sesuai dengan aturan. Jumlah ini sangat jauh sekali jika melihat kepada jumlah reklame yang memiliki izin di DPMPTSP Kota Sukbumi yaitu 367 jenis reklame. Hal ini jika dibiarkan akan berpengaruh terhadap potensi pajak yang seharusnya masuk ke daerah.

2. Kurangnya sumber daya manusia di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Sukabumi. Karena hanya 8 orang pegawai khususnya di bidang pelayanan dan perizinan mengelola kurang lebih 40 macam jenis perizinan dan non prizinan. Selain memberikan pelayanan perizinan, staff tersebut melaksanakan survei ke lokasi tempat pemasangan reklame dan melakukan pengukuran reklame. Oleh karena itu,

staff kadang tidak selalu ada di tempat sehingga masyarakat yang memerlukan pelayanan harus bersabar untuk menunggu.

3. Potensi pendapatan asli daerah dari pajak reklame kurang optimal. Walaupun dengan pencapaian pajak yang *over target* namun jika masih ada pelanggar pemasang reklame tidak membayarkan pajaknya dan idak melalui proses perizinannya maka belum dikatakan maksimal implementasinya.

Dari beberapa fenomena masalah tersebut, maka hal itu menjadi bahan analisis kritis peneliti dalam melakukan penelitian yang berjudul **"Implementasi Kebijakan tentang Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota Sukabumi".**

1.2 Fokus Masalah dan Pertanyaan Pokok Penelitian

1.2.1 Fokus Masalah

Fokus masalah penelitian ini mengenai bagaimana implementasi kebijakan tentang izin penyelenggaraan reklame di Kota Sukabumi serta menganalisis faktor-faktor penghambat dan pendukungnya.

1.2.2 Pertanyaan Pokok Penelitian

a. Bagaimana implementasi kebijakan tentang izin penyelenggaraan reklame di Kota Sukabumi?
b. Apa faktor penghambat dan pendukung dalam implementasi kebijakan tentang izin penyelenggaraan reklame di Kota Sukabumi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Mendeskripsikan dan menganalisis implementasi kebijakan tentang izin penyelenggaraan reklame di Kota Sukabumi.
b. Mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat terhadap implementasi kebijakan tentang izin penyelenggaraan reklame di Kota Sukabumi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Aspek Teoritis

a. Secara teoritis merupakan pengembangan keilmuan yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan tentang implementasi kebijakan.
b. Secara akademis, memperkaya khasanah kajian ilmu implementasi kebijakan publik untuk pengembangan keilmuan.

1.4.2 Aspek Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta saran yang positif bagi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Sukabumi.