

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Implementasi kebijakan publik merupakan bagian penting dalam proses kebijakan yang menentukan apakah kebijakan tersebut bisa diterima dan bermanfaat bagi publik. Meskipun perencanaan dan pembuatan kebijakan dilakukan dengan baik, jika implementasinya tidak mengikuti prosedur yang benar, hasil kebijakan tidak akan sesuai harapan. Pada akhirnya saat evaluasi dilakukan, akan terlihat bahwa ada ketidaksesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan kebijakan. Hal ini bisa membuat kebijakan menjadi masalah bagi pembuatnya. Implementasi kebijakan bukan hanya tentang mengubah keputusan politik menjadi langkah-langkah biasa, tetapi juga melibatkan konflik, pengambilan keputusan, dan siapa yang akan mendapatkan manfaat dari kebijakan tersebut. Karena itu, implementasi kebijakan sangat penting dalam seluruh proses kebijakan (Kadji, 2015:45&48).

Guna mencapai keefektifan kegiatan pembangunan dan pertumbuhan pada suatu daerah maka Indonesia berpedoman dan menganut asas desentralisasi. Melalui asas desentralisasi, pemerintah daerah dapat menjadi lebih fokus untuk mengontrol dan mengatur wilayah daerahnya dengan segala keunggulan dan potensi yang dimiliki. Sehingga keunggulan dan potensi tersebut dapat memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan pembangunan dan pertumbuhan pembangunan daerah. Dengan adanya desentralisasi tersebut membuat tugas dan

tanggung jawab pemerintah pusat menjadi berkurang sehingga pemerintah pusat dapat memaksimalkan fokus dan kinerjanya untuk strategi pemerintah dan tugas-tugas pokok dalam pembangunan suatu negara secara global. Otonomi daerah dan desentralisasi merupakan dua komponen yang selalu beriringan. Desentralisasi tidak dapat diimplementasikan dengan baik jika tanpa adanya otonomi daerah. Tujuan diterapkannya otonomi daerah dan desentralisasi kepada masing-masing daerah untuk memberikan keleluasan dan akses ruang atau kebebasan kepada daerah untuk mengelola dan mengurus wilayahnya sendiri. Tetapi bukan berarti dilakukan semena mena karena, harus tetap dilaksanakan sesuai dengan undang-undang yang berlaku (Qonita, 2023)

Kota Mojokerto merupakan bagian dari Provinsi Jawa Timur yang sedang berkembang. Luas wilayah Kota Mojokerto adalah 16,47 km². Dengan demikian, Kota Mojokerto merupakan kota terkecil di Jawa Timur (LKJIP Pemerintah Kota Mojokerto, 2016, 2016:5). Kota Mojokerto yang sebelumnya menjadi bagian dari Pemerintah Kabupaten Mojokerto, namun dengan adanya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, Kotamadya Daerah Tingkat II Mojokerto berubah Nomenklatur menjadi Pemerintah Kota Mojokerto seperti yang dilansir dalam *website* ppid.mojokertokota.go.id

Kota Mojokerto menjalankan asas desentralisasi sehingga dapat menyelenggarakan urusan pemerintahannya sendiri. Dengan asas desentralisasi tersebut, pemerintah daerah memiliki wewenang untuk mengelola dan mengatur daerahnya tanpa intervensi dari pemerintah pusat. Seperti halnya daerah lain, Kota Mojokerto membutuhkan dana yang relatif besar untuk melaksanakan berbagai

kegiatan pembangunan daerah di berbagai sektor dari Pemerintah Daerah Mojokerto sendiri. Sesuai dengan arahan yang ditetapkan oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat, Kota Mojokerto yang termasuk salah satu kota di Provinsi Jawa Timur setiap tahun berupaya keras untuk meningkatkan pendapatan daerahnya.

Pada tahun 2023 Kota Mojokerto menerima penghargaan APBD Award 2023 dengan kategori realisasi pendapatan daerah tertinggi tahun anggaran 2022 tingkat kota. APBD *award* merupakan ajang penganugerahan prestasi penyerapan APBD tertinggi bagi pemerintah.

”Kota Mojokerto menjadi satu-satunya kota di Jawa Timur penerima penghargaan APBD Award 2023 peringkat IV Realisasi Pendapatan Daerah Tertinggi APBD Tahun 2022, kategori kota.”
<https://gemamedia.mojokertokota.go.id/berita/14536/2023/03/realisasi-pendapatan-daerah-tertinggi-ke-4-se-indonesia-pemkot-mojokerto-terima-penghargaan-apbd-award>, diakses pada tanggal 05 Oktober 2024.

Berdasarkan berita diatas dapat diketahui bahwa dengan pengelolaan APBD tersebut Kota Mojokerto memiliki harapan untuk terus membuahkan dampak positif pada pengelolaan APBD tahun berikutnya. Dengan penghargaan yang diraih oleh Pemerintah Kota Mojokerto melalui percepatan penyerapan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Pemerintah Kota Mojokerto akan terus meningkatkan kinerja pengelolaan keuangan daerah.

Bentuk hasil upaya pemerintah kota mojokerto dalam percepatan penyerapan Anggaran Pendapatan dan belanja daerah (APBD) membuahkan dampak positif terhadap pengelolaan APBD Tahun 2023. Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Mojokerto tahun 2023 berhasil dikelola dengan hasil yang memuaskan. Hingga akhir tahun, Pemerintah Kota Mojokerto telah

mencapai penyerapan anggaran belanja sebesar 91,83 persen dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang melebihi target sebesar 103 persen. PAD Kota Mojokerto telah melampaui target untuk keseluruhan APBD tahun 2023, yakni sebesar 103 persen. Berdasarkan data Badan Pengelolaan Keuangan dan Pendapatan Daerah (BPKPD) melaporkan bahwa Pemerintah Kota Mojokerto pada tahun 2023 telah meraup PAD sebesar Rp243,6 miliar (Inilahmojokerto.com, 2024). Sebagaimana hasil kesepakatan antara Tim Anggaran Pemerintah Daerah dan Badan Anggaran DPRD Kota Mojokerto rancangan APBD Tahun Anggaran 2024 Pemerintah Mojokerto menargetkan pendapatan dari sektor pajak reklame sebesar Rp. 2,5 Miliar dan tahun 2025 sebesar Rp. 2,8 Miliar (BPKPD Kota Mojokerto, 2024).

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Mojokerto Nomor 10 Tahun 2019 Tentang RPJMD Kota Mojokerto Tahun 2018-2023, Kota Mojokerto terdapat visi Kota Mojokerto yaitu Terwujudnya Kota Mojokerto Yang Berdaya Saing, Mandiri, Demokratis, Adil Makmur, Sejahtera dan Bermatabat. Untuk mencapai visi dan misi Kota Mojokerto, yang mencakup berbagai program pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, diperlukan dana yang cukup besar. Dalam rangka mewujudkan hal ini, pemerintah Kota Mojokerto berupaya sebaik mungkin untuk mengelola sumber dana yang ada di daerah tersebut. Salah satu langkah yang diambil adalah dengan menggali dan mengoptimalkan potensi-potensi yang dimiliki oleh Kota Mojokerto. Guna mendukung keberhasilan suatu pembangunan diperlukan sumber penerimaan yang kuat dimana salah satu sumber penerimaan daerah yaitu Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sebab semakin besarnya pendapatan daerah yang dimiliki maka suatu daerah mempunyai potensi untuk berkembang

dengan pesat. Maka dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah pemerintah daerah dapat melaksanakan sumber-sumber pendapatan yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan hasil retribusi daerah, pendapatan dari hasil pajak daerah, pendapatan asli daerah yang lain yang dianggap sah, pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan hasil perusahaan milik daerah. Selaras dengan hal tersebut, salah satu pendapatan Asli Daerah ialah pajak daerah. Menurut Peraturan Daerah Kota Mojokerto Nomor 12 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah, adapun jenis pajak daerah terdiri atas pajak restoran, pajak hotel, pajak reklame, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, pajak air tanah, pajak parkir, pajak bumi dan bangunan perkotaan, pajak sarang burung walet dan bea perolehan hak atas tanah dan bangunan.

Seiring dengan maraknya pusat perbelanjaan dan toko-toko yang menjamur di Kota Mojokerto membuat para pelaku usaha bermunculan. Hal tersebut berpotensi meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak daerah. Sektor reklame ialah salah satu cara yang dapat dilakukan Pemerintah Kota Mojokerto untuk menjajaki potensi pendapatan asli daerah (PAD). Pajak dari reklame ini dapat menjadi salah satu sumber pendapatan yang signifikan, yang dapat digunakan untuk membiayai berbagai pengeluaran yang berkaitan dengan tugas negara, seperti penyelenggaraan pemerintahan. Dengan adanya pendapatan dari sektor reklame, pemerintah daerah dapat lebih mandiri dalam menjalankan berbagai program pembangunan tanpa perlu bergantung sepenuhnya pada dana dari pemerintah pusat. Selain itu, keberhasilan daerah dalam meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) juga mencerminkan kesuksesan dalam mengelola sumber daya

yang ada, serta kemampuan untuk mengontrol dan mengatur daerahnya menuju kemandirian finansial. Untuk jumlah Pendapatan Asli Daerah Kota Mojokerto tahun 2024 dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

POSTUR APBD

Kota Mojokerto

Tahun 2024

Keterangan: Data APBD Murni, realisasi APBD s.d Desember 2024, - data diterima SIKD per 07 Januari 2025

Akun	Anggaran/Pagu	Realisasi	%
Pendapatan Daerah	959,12 M	936,75 M	97.67
PAD	267,55 M	231,46 M	86.51
Pajak Daerah	85,22 M	89,26 M	104.75
Retribusi Daerah	12,24 M	119,09 M	973.33
Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	3,85 M	3,92 M	101.85
Lain-Lain PAD yang Sah	166,25 M	19,18 M	11.54
TKDD	602,76 M	610,45 M	101.27
Pendapatan Transfer Pemerintah Pusat	602,76 M	610,45 M	101.27
Pendapatan Lainnya	88,81 M	94,85 M	106.80

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pendapatan Daerah Kota Mojokerto Tahun 2024

Sumber : Direktorat Jendral Perimbangan Keuangan

(<https://djpk.kemenkeu.go.id/portal/data/apbd?periode=12&tahun=2024&provinsi=13&pemda=34>) diakses pada tanggal 8 Januari 2025

Kota Mojokerto merupakan salah satu kota yang memiliki potensi yang cukup besar dalam hal ekonomi. Hal tersebut ditandai dengan maraknya *mall* ataupun pusat-pusat perbelanjaan yang semakin menjamur keberadaannya di berbagai sudut Kota Mojokerto. Dengan adanya fenomena seperti ini menunjukkan bahwa Kota Mojokerto perekonomiannya dari waktu ke waktu semakin berkembang. Hal ini tentu akan mempunyai dampak pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakatnya. Dengan semakin maraknya *mall* atau pusat-pusat perbelanjaan membuat persaingan usaha semakin ketat. Dengan begitu badan atau perseorangan akan berlomba-lomba untuk memasarkan produknya agar menarik

perhatian publik. Salah satunya adalah dengan cara mempromosikan melalui iklan. Iklan merupakan bagian penting dari strategi komunikasi pemasaran perusahaan. Dalam era digital ini periklanan mencakup iklan di media sosial internet *platform* digital lainnya dan tidak terbatas pada media cetak atau televisi. Kota Mojokerto merupakan salah satu kota yang juga terpengaruh oleh tren periklanan yang sedang berkembang. Menurut Irawan (2024:2) di zaman modern saat ini, permintaan terhadap jasa dan barang terus meningkat. Agar produk atau layanan tersebut dapat dinikmati oleh masyarakat, para pengusaha menggunakan berbagai teknik periklanan untuk menarik perhatian masyarakat.

Dalam Peraturan Daerah Kota Mojokerto Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Penyelenggaraan Reklame yang dimaksud dengan reklame yaitu suatu media atau benda, perbuatan, alat yang memiliki corak dan bentuk beragam yang rancang untuk komersial memperkenalkan, mempromosikan, menganjurkan guna memikat perhatian publik terhadap badan, jasa, orang atau barang yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dinikmati dan dirasakan oleh publik. Reklame tidak hanya digunakan oleh lembaga untuk kepentingan bisnis semata namun dapat digunakan untuk lembaga non-bisnis guna menyampaikan informasi khusus. Perkembangan bisnis yang sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat membuat perkembangan reklame patut untuk difokuskan, terutama dari sisi perpajakan yang dapat menjadi sumber pendapatan yang menguntungkan bagi pemerintah daerah. Semakin pesatnya perkembangan zaman, semakin banyak cara kreatif seseorang untuk mempromosikan usahanya. Sejalan dengan perkembangan teknologi maka semakin berkembang pula aktivitas promosi yang ditunjukkan pada reklame. Reklame tidak

semata-mata dalam artian sederhana seperti spanduk dan sejenisnya. Tetapi berkembang dalam bentuk maupun ukuran kedalam tampilan yang lebih modern. Reklame memiliki berbagai macam bentuk dan tipe yang beragam dalam jumlah yang banyak untuk ditampilkan di area luar ruangan. Adapun jenis reklame yang berkembang baik sampai saat ini yakni baliho, *billboard advertising*, *neon box*, videotron, megatron, dan lain-lain (Pratama, 2022:4).

Tabel 1. 1 Data Realisasi Pajak Reklame Kota di Jawa Timur

No	Kota	Realisasi 2022	Realisasi 2023	Kenaikan/ Penurunan	Persen tase
1.	Mojokerto	1.271.513.676	1.763.935.868	+ 492.422.192	38,72%
2.	Batu	1.600.864.655	2.126.962.442	+ 526.097.787	32,9%
3.	Surabaya	128.285.689.750	142.632.902.050	+14.347.212.300	11,18%
4.	Probolinggo	1.318.222.202	1.441.474.009	+123.251.807	9,3 %
5.	Madiun	2.114.017.568	2.304.955.619	+ 190.938.051	9,03%
6.	Blitar	518.239.489	553.919.657	+35.680.167	6,88%
7.	Malang	23.572.064.503	23.675.669.61	+103,605,178	0,4 %
8.	Pasuruan	884.629.713	835.488.062	-49.141.649	-5,56%
9.	Kediri	2.232.054.278,	1.600.505.330	- 631.548.948	-28,3%

Sumber: Data diolah penulis berdasarkan Catatan Atas Laporan Keuangan pada *website* ppid masing-masing OPD, 2024

Dari data tabel di atas, dapat dilihat bahwa Kota Mojokerto menempati urutan pertama dalam persentase kenaikan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pajak reklame pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Mojokerto memiliki harapan untuk mengoptimalkan potensi yang dipunyai dan meskipun Kota Mojokerto tidak seluas atau sebanyak Kota Batu dalam hal destinasi wisata, Kota

Mojokerto mampu mencapai pertumbuhan PAD yang signifikan melalui pajak reklame, yang hasilnya hampir mendekati capaian PAD sektor reklame Kota Batu. Keberhasilan ini mencerminkan efisiensi dan potensi besar yang dimiliki oleh Kota Mojokerto dalam memanfaatkan sektor reklame sebagai sumber pendapatan. Selain itu, fenomena ini juga menunjukkan bahwa meskipun jumlah tempat wisata di Kota Mojokerto lebih sedikit dari pada Kota Batu, Kota Mojokerto memiliki daya tarik tersendiri bagi pelaku usaha yang ingin mempromosikan produk atau jasa mereka melalui media reklame. Dengan potensi yang terus berkembang, Kota Mojokerto memiliki peluang besar untuk semakin memperkuat sektor ini dan menarik lebih banyak usaha untuk berinvestasi dalam pemasangan reklame. Hal ini tentunya dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal dan memperkuat posisi Kota Mojokerto sebagai kota yang berkembang, sekaligus membuka lebih banyak peluang bagi pemangku kepentingan di sektor reklame untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi daerah.

Menurut penjelasan umum tentang Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah pasal 12 ayat 1 menyatakan bahwa pemerintah daerah mempunyai tanggung jawab dalam rangka mewujudkan ketertiban umum guna pencapaian kondisi yang tertib, aman, teratur dan kondusif bagi kehidupan masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan dan tatanan yang terjadi di masyarakat. Berkesinambungan dengan hal tersebut dalam rangka mewujudkan ketertiban umum diharapkan pemerintah daerah harus tetap melindungi dan mempertimbangkan kepentingan publik dengan menyeimbangkan aspek estetika,

aspek budaya, aspek keselamatan, aspek ketertiban dan keamanan, aspek kepastian hukum dan aspek kemanfaatan.

Dalam Tantawi (2021:2) penempatan atau pemasangan reklame mempunyai dampak yang besar pada kehidupan perkotaan sebab media reklame kerap kali dianggap mempunyai orientasi lokasi pada jalan di perkotaan terutama di jalan utama perkotaan. Seperti lokasi yang muda dijangkau, lokasi startegis, kelengkapan sarana prasarana, pusat kegiatan dan ekonomi. Hal itu diakibatkan karena adanya keinginan agar pesan dan informasi yang disampaikan dapat dijangkau secara efektif. Apabila penataan reklame dilakukan secara teratur dapat menghasilkan keragaman yang indah dan dapat mendatangkan PAD. Tetapi disisi lain dapat menyebabkan ketidakteraturan bahkan berpeluang merugikan bagi pengguna jalan. Maka dari itu kebijakan penyelenggaraan reklame perlu sangat diperhatikan.

Sebagai upaya menertibkan penyelenggaraan reklame dan untuk menciptakan penyelenggaraan reklame yang terencana serta mendukung reklame sebagai media promosi pada dunia usaha, maka Pemerintah Kota Mojokerto mengelola hal tersebut dengan berasaskan keadilan dan agar dapat memberikan manfaat bagi pembangunan daerah yang berkelanjutan. Penyelenggaraan reklame diatur dalam Peraturan Daerah Kota Mojokerto Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklamae dan dilengkapi dengan Peraturan Walikota Mojokerto Nomor 9 Tahun 2020 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Dalam perwali tersebut sudah terdapat tata cara dalam penyelenggaraan reklame mulai dari ketentuan penyelenggaraan reklame, penataan reklame, perizinan, jaminan biaya bongkar, pajak dan retribusi daerah, pengendalian, pengawasan, sanksi

administratif hingga penertiban dalam penyelenggaraan reklame. Pengaturan penyelenggaraan reklame bertujuan menyesuaikan dengan tata ruang serta menjaga kelestarian lingkungan dan estetika kota, sekaligus sebagai upaya meningkatkan pengawasan, pengendalian, pembinaan, dan ketertiban guna memberikan pelayanan yang adil dan transparan kepada masyarakat.

Kebijakan mengenai penyelenggaraan reklame tersebut mempunyai dampak secara langsung pada penataan tata ruang kota dan wilayah di Kota Mojokerto. Apabila reklame yang terpasang di jalan-jalan tidak ditata dengan teratur dan rapi maka akan merusak keestetikan daerah dan tidak sesuai dengan tata ruang yang sudah ditetapkan sehingga kebijakan dalam pemberian izin penyelenggaraan reklame tidak berlawanan dengan aturan tata ruang wilayah kota Mojokerto. Sesuai dengan Peraturan Walikota Mojokerto Nomor 9 Tahun 2020 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame, penyelenggaraan reklame hanya dapat dilakukan pada tiga kawasan yakni kawasan tematik meliputi jalan dengan ketentuan bentuk desain dan ornamen reklame harus berupa tema arsitektur majapahit. Kedua yakni kawasan selektif, yaitu wilayah khusus berupa lokasi konservasi, lokasi bersejarah dan lokasi lain yang ditetapkan dan dipertimbangkan oleh Walikota. Ketiga yakni kawasan umum, kawasan umum adalah kawasan penyelenggaraan reklame diluar kawasan selektif dan kawasan umum.

Semakin menjamurnya penggunaan reklame yang tidak memiliki izin di Kota Mojokerto hal tersebut perlu menjadi perhatian khusus publik. Banyak pemasangan reklame yang tidak dibatasi atau diatur menimbulkan kesan berantakan tidak sesuai dengan estetika kota sangat merusak pandangan dan keindahan kota

serta tak jarang mengganggu kenyamanan pengguna jalan dalam berkendara. Didalam Perwali Kota Mojokerto Nomor 9 Tahun 2020, pada pasal 22 ayat 2 juga dijelaskan bahwa yang akan menyelenggarakan reklame di daerah baik badan atau orang pribadi wajib memperoleh izin dari WaliKota. Sementara itu beberapa reklame yang menjamur di kota Mojokerto umumnya belum memiliki izin. Hal itu selaras dengan artikel berita dibawah ini

"Selain itu (Mandiri Tunas Finance) ada tujuh lokasi lainnya yang reklamenya juga tidak berizin, ada juga yang belum memiliki izin usaha, bahkan izin reklame dan bangunan juga ada yang tidak ada," (<https://mili.id/baca-8175-monitoring-perizinan-satpol-pp-kota-mojokerto-temukan-reklame-bodong>) diakses pada tanggal 05 Oktober 2024.

Melalui berita diatas dapat diketahui bahwa beberapa reklame menimbulkan permasalahan pada penyelenggaraan reklame di Kota Mojokerto. Sebagian pelanggaran yang terjadi adalah tidak memiliki izin reklame, badan usaha yang belum memiliki izin usaha, tidak memiliki izin materi reklame dan izin kegiatan. Berdasarkan Laporan kinerja Instansi Pemerintah (LkjiP) Satpol PP pada tahun 2023 pelanggaran mengenai Perda No.2 Tahun 2020 tentang Kebijakan Penyelenggaraan Reklame sebanyak 41 pelanggaran. Hal inilah yang membuat implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame masih belum sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

Walaupun kebijakan yang mengaturnya sudah sangat jelas tetapi kenyataannya kebijakan penyelenggaraan reklame yang mewajibkan pemasangan reklame secara legal tidak diikuti dengan sesuai prosedur kebijakan penyelenggaraan reklame yang terpasang pada berbagai titik lokasi di Kota Mojokerto. Salah satunya yakni masih cukup banyak penyelenggara reklame yang

memasang reklamenya tanpa melakukan perizinan. Padahal dalam sektor pelayanan publik, perizinan merupakan salah satu aspek penting karena izin merupakan bukti penting secara hukum. Pada saat proses perizinan reklame, pelaku usaha wajib untuk memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan satu Pintu. Aturan perizinan reklame tersebut diatur dalam Peraturan Walikota Mojokerto Nomor 9 tahun 2020 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Hal tersebut menimbulkan ketidaksesuaian dengan komponen sumberdaya pada implementasi kebijakan model George C. Edward III dalam (Kadji, 2015:66) yang menjelaskan bahwa sumber daya yang memenuhi kualifikasi dan memadai akan mendukung tercapainya kinerja yang optimal dalam pelaksanaan kebijakan.

Untuk itu, dibutuhkan instansi yang memiliki wewenang untuk memberikan izin pemasangan reklame. Instansi ini juga perlu mengawasi agar pemasangan iklan sesuai dengan aturan yang ada. Selain itu, agar lingkungan tetap tertib dan indah, instansi tersebut harus menindak reklame yang tidak sesuai dengan aturan atau mengganggu kepentingan masyarakat serta keindahan kota. Dalam hal ini instansi yang bertugas yaitu Dinas Penanaman Modal Pelayanan Satu Pintu Kota Mojokerto yaitu sebagai instansi yang melayani serta memberikan perizinan pada penyelenggaraan reklame dan monitoring evaluasi perizinan dan non perizinan terkait pelanggaran pada penyelenggaraan reklame agar tertib administrasi, Satpol PP Kota Mojokerto sebagai instansi yang bertugas untuk melakukan penertiban reklame dan Badan Pendapatan daerah Kota Mojokerto sebagai pengelolaan pajak daerah.

Sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang sangat penting, pajak reklame menjadi fokus perhatian Pemerintah Kota Mojokerto. Dalam Pratama (2022) sebagai upaya mesejahterahkan masyarakatnya, pajak reklame ini turut membantu pendapatan asli daerah (PAD) karena pajak reklame ini merupakan salah satu sumber PAD. Selaras dengan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak daerah adalah kontribusi wajib bagi kepala daerah yang terutang oleh badan usaha atau orang pribadi yang bersifat memaksa sesuai dengan undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan dipergunakan untuk kepentingan daerah bagi kemakmuran rakyatnya.

Pada tahun 2020 Pemerintah Kota Mojokerto mengalami kebocoran Pendapatan Asli daerah (PAD) yang tak masuk ke kantong kas daerah mencapai hampir setengah miliar, hal tersebut disebabkan karena banyaknya reklame liar yang mempengaruhi Pendapatan Asli daerah (PAD). Menurut BPPKA Kota Mojokerto Jumlah potensi pajak reklame yang seharusnya masuk ke kas daerah mencapai Rp. 485.077.000. Penguapan Pendapatan Asli Daerah (PAD) tersebut berdasarkan kalkulasi dari hasil temuan terhadap reklame yang masa berlakunya habis dan reklame liar. Kondisi tersebut tidak sesuai Peraturan daerah Kota Mojokerto Nomor 12 tahun 2010 Tentang Pajak Daerah karena media reklame berkewajiban membayarkan retribusi pajak (radarmojokerto.jawapos, 2024). Dengan maraknya penyelenggaraan reklame tanpa izin membuat sumber PAD tidak maksimal. Hal ini sesuai dengan rekomendasi DPRD Kota Mojokerto atas LKPI Walikota Tahun 2022

” -... Reklame (khususnya videotron) yang belum mendapatkan izin tayang maupun IMB (izin mendirikan bangunan) perlu ditindaklanjuti pengawasannya agar dapat memaksimalkan PAD (pendapatan asli daerah). <https://inilahmojokerto.com/2023/04/06/simak-rekomendasi-lengkap-dprd-kota-mojokerto-atas-lkpj-walikota-tahun-2022/>, diakses pada tanggal 05 Oktober 2024.

Melalui berita diatas dapat diketahui bahwa masih kurangnya pengawasan dalam penyelenggaraan reklame sehingga tidak dapat memaksimalkan PAD. Untuk dapat mencegah dan mengantisipasi hal tersebut, dibutuhkan kerja sama antar instansi pemerintah Kota Mojokerto yang terlibat. Sehingga meminimalisir kecurangan dan pelanggaran yang dapat terjadi pada saat penyelenggaraan reklame yang akan menyebabkan dampak pada ketidaksesuaian dengan estetika, kelestarian lingkungan, pendapatan daerah, ketertiban, keamanan dan rencana tata ruang wilayah. Hal tersebut juga sebagai upaya untuk menciptakan pengendalian dan ketertiban terhadap pertumbuhan reklame di Kota Mojokerto.

Kurangnya pengawasan dalam penyelenggaraan reklame di Kota Mojokerto tersebut bahwa komunikasi antar stakeholder dalam penyelenggaraan reklame di Kota Mojokerto masih belum berjalan optimal. Hal tersebut membuat implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame belum sesuai dan maksimal sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Mojokerto Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Peraturan Wali Kota Mojokerto Nomor 9 Tahun 2020 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Permasalahan tersebut tidak juga tidak lepas dari komponen komunikasi dari Implementasi Kebijakan model George C. Edward III yang menjelaskan bahwa dalam proses implementasi kebijakan keberhasilan akan dapat dilihat jika pihak yang bertanggung jawab memahami jelas apa yang patut dilaksanakan.

Menurut Kadji (2015:8) kemungkinan kegagalan dalam sebuah kebijakan sangat memungkinkan walaupun sebuah kebijakan diambil secara tepat. Hal itu dapat terjadi jika pada proses implementasinya tidak sesuai. Bahkan kebijakan yang andal memungkinkan untuk gagal jika tidak diimplementasikan dengan baik dan optimal sehingga membuat para pembuat kebijakan gagal untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut mendandakan bahwa substansi implementasi kebijakan adalah supaya sebuah kebijakan dapat meraih tujuan yang ditentukan oleh pembuat kebijakan dengan cara melaksanakannya dengan tepat.

Dengan demikian, berdasarkan rangkuman permasalahan terkait dengan Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di kota Mojokerto yang merujuk pada Peraturan Daerah Kota Mojokerto Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Peraturan Wali Kota Mojokerto Nomor 9 Tahun 2020 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame pada implementasinya masih menghadapi beberapa permasalahan yang berdampak bagi estetika kota, kelestarian lingkungan, pendapatan daerah, ketertiban, keamanan dan rencana tata ruang wilayah. Sehingga dalam hal ini penulis melakukan penelitian secara lebih lanjut untuk meninjau kembali terkait implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di kota Mojokerto menggunakan analisis keberhasilan implementasi kebijakan berdasarkan model George C. Edward III karena masih terdapat sejumlah kontradiksi dalam praktik dengan beberapa variabel penentu keberhasilan implementasi kebijakan yang diidentifikasi oleh George C. Edward III yaitu sumber daya dan komunikasi.

Wilayah yang dijadikan peneliti dalam melakukan penelitian adalah wilayah Kota Mojokerto. Kota Mojokerto terletak pada jalur transportasi regional lintas selatan yang menghubungkan Surabaya–Jogjakarta–Jakarta. Wilayah kota Mojokerto juga menjadi bagian dari kawasan metropolitan Surabaya, yaitu Gerbangkertosusila. Dengan begitu Kota Mojokerto menjadi salah satu kota untuk memasuki wilayah Surabaya yang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur dan merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia. Oleh sebab itu prospek penyelenggaraan reklame di kota Mojokerto masih cukup menjanjikan dimana masyarakat kota lain yang akan masuk maupun keluar dari Kota Surabaya akan melihat perkembangan produk yang ditawarkan melalui media iklan reklame oleh perusahaan. Wilayah Kota Mojokerto juga mempunyai tempat strategis untuk pemasangan reklame berbentuk baliho, spanduk maupun *Layar Laser Comapst Disc* (LCD) raksasa atau yang biasa disebut megatron. Pada saat ini perusahaan masih sangat berminat untuk menawarkan produk yang mereka jual dengan menggunakan media reklame. Sehingga dalam sisi ekonomi saling menguntungkan masyarakat dan perusahaan. Terutama pada masyarakat yang melihat produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Maka dari itu pihak perusahaan seharusnya lebih tertib dan patuh terhadap kebijakan penyelenggaraan reklame.

Menurut penjelasan dari latar belakang diatas, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih lanjut guna mengetahui, menganalisis serta dapat mendeskripsikan mengenai Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Mojokerto. Dan juga agar dapat mengetahui permasalahan mengenai implementasi dari kebijakan penyelenggaraan reklame ini agar nantinya terdapat gagasan guna

meningkatkan kualitas implementasi dari kebijakan tersebut. Dengan begitu peneliti mengambil judul **“Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Mojokerto”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan topik kajian yaitu **“Bagaimana Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Mojokerto”**

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan dan menilai kebijakan penyelenggaraan reklame yang ada di Kota Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini mempunyai kemampuan untuk pengetahuan lanjutan, khususnya yang berkaitan tentang strategi Pemerintah Kota Mojokerto dalam menyelenggarakan reklame. Dan penelitian ini berpotensi menjadi landasan bagi penelitian yang lain.

1.4.2 Manfaat Praktis

Pada penelitian ini peneliti berharap memberikan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah pengalaman dan pengetahuan baru sehingga penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Sebagai bahan referensi dan panduan untuk menembangkan penelitian yang serupa terkait implementasi kebijakan dan menambah referensi perpustakaan UPN “Veteran” Jawa Timur dan Program Studi Administrasi Publik khususnya.

3. Bagi Pemerintah Kota Mojokerto

Menjadi bahan referensi, diskusi untuk instansi terkait dan bisa dijadikan sebagai koreksi terhadap kebijakan-kebijakan yang dilaksanakan dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk merumuskan kebijakan-kebijakan kedepannya.

4. Bagi Mahasiswa

Sebagai bagian dari bidang Program Studi studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur, penelitian ini membantu mahasiswa dalam mengkaji ulang doktrin dan teori yang telah ditemui selama masa studi mereka dan diharapkan dapat menjadi acuan guna menerapkan gelar sarjana