



Efektivitas Penertiban Reklame Melalui Penyilangan sebagai Upaya Peningkatan Kepatuhan Pajak Reklame di Trans Icon Surabaya

Nurul Latifah¹, Marseto²

¹Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: ¹nurulifa143@gmail.com ²marseto.ep@upnjatim.ac.id

Received: 17-04-2026

Accepted: 05-06-2026

Published: 15-06-2026

Abstract

Advertising issuance is a strategic effort by local governments to improve taxpayer compliance, particularly in areas with high advertising intensity, such as Trans Icon Surabaya. Issues that arise include many unlicensed billboards, non-payment of taxes, and failure to extend their broadcast period. This internship aims to analyze the effectiveness of advertising crossing measures as a regulatory instrument to encourage advertising tax compliance. The method used is a participatory and collaborative approach. This approach is applied through observation and documentation.

Keywords: Regulation of advertising, crossing, advertising tax, PAD

Abstrak

Penerbitan reklame merupakan upaya strategis pemerintah daerah dalam meningkatkan kepatuhan waji pajak, khususnya pada kawasan dengan intensitas pemasangan reklame yang tinggi seperti Trans Icon Surabaya. Permasalahan yang muncul meliputi banyaknya reklame yang tidak berizin, tidak membayar pajak, serta tidak melakukan perpanjangan masa tayang. Kegiatan magang ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas tindakan penyilangan reklame sebagai instrumen penertiban dalam mendorong kepatuhan pajak reklame. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Metode pendekatan ini diterapkan dalam observasi dan dokumentasi.

Kata Kunci: Penertiban Reklame, Penyilangan, Pajak Reklame, PAD

A. PENDAHULUAN

Bagian Kota Surabaya termasuk kota terbesar nomor dua di Indonesia setelah Ibu Kota Jakarta, yang memiliki tingkat kepadatan penduduk, laju perekonomian dan bisnis yang sangat padat kondisinya sama seperti di Ibu Kota Jakarta (Mahvido, 2016:4). Salah satu indikator penting keberhasilan pembangunan daerah adalah kemampuan daerah dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

PAD berfungsi sebagai cerminan kemandirian fiskal serta menjadi sumber pembiayaan utama dalam pembangunan lokal (Dewi, 2024). Pendapatan Asli Daerah merupakan salah satu bidang penting Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya. PAD telah menjadi indikator kemandirian suatu wilayah dalam membiayai kebutuhan masyarakat tanpa bergantung pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Pemerintah pusat (Rifai & Priono, 2022). Menurut Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Sumber penerimaan PAD yaitu dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain PAD yang sah. Pajak Menurut Soemitro dalam buku (Sutedi, 2011) Pajak adalah kontribusi wajib dari masyarakat kepada kas negara yang diatur oleh undang-undang dan bersifat memaksa. Kontribusi ini tidak memberikan imbalan langsung yang dapat dirasakan oleh pembayar pajak, namun

digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan dan pengeluaran publik.

Pengelolaan pajak reklame mencakup berbagai tahapan, mulai dari pengajuan izin untuk pemasangan reklame, pengurusan perizinan, pembayaran pajak hingga penertiban reklame yang masa tayangnya telah berakhir. Keberhasilan implementasi kebijakan pajak reklame yang dirancang pemerintah sangat bergantung pada dukungan dari berbagai pihak yang turut mendukung pelaksanaan kebijakan tersebut (Komir Bastaman, 2019).

Dalam konteks pemerintahan daerah, reklame tidak hanya berfungsi sebagai media promosi bagi pelaku usaha, tetapi juga menjadi salah satu sumber pendapatan yang signifikan melalui mekanisme pajak reklame. Pajak reklame merupakan bagian dari Pendapatan Asli Daerah yang peranannya terus meningkat seiring berkembangnya kegiatan ekonomi dan dinamika sektor perdagangan di kota Surabaya. Sebagai kota metropolitan dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, Surabaya memiliki intensitas pemasangan reklame yang tinggi, terutama pada kawasan Trans Icon Surabaya. Hal ini mencerminkan besarnya potensi penerimaan pajak reklame apabila pengelolaannya dilakukan secara teratur, tertib, dan berbasis pada prinsip kepatuhan wajib pajak. Meskipun memiliki potensi besar, pengelolaan reklame tidak terlepas dari tantangan. Salah satu persoalan yang masih banyak dijumpai adalah adanya reklame yang tidak berizin,

tidak terdaftar, atau tidak memperpanjang izin masa tayangnya.

Penertiban reklame bertujuan utama untuk memberikan pembelajaran kepada para pemilik reklame yang melanggar aturan, sehingga mereka lebih sadar akan pentingnya mematuhi ketentuan yang berlaku (Miftahul Ariftama, 2024). Penertiban reklame merupakan tindakan yang dilakukan untuk menertibkan reklame yang belum membayar pajak dan reklame yang tidak berizin. Tujuan penertiban reklame yang belum membayar pajak adalah untuk memberikan pembelajaran dan dampak positif kepada pemilik reklame agar segera membayar atau memperpanjang pajak reklame sesuai waktu yang telah ditentukan. Rencana pemecahan masalah dalam jurnal pengabdian ini yaitu dengan memberikan tindakan tegas dengan memberikan tindakan penyilangan serta edukasi kepada pelaku usaha melalui komunikasi yang efektif. Dengan adanya tindakan serta edukasi, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan kepatuhan dan menambah wawasan mengenai pentingnya pajak untuk pembangunan kota yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat difokuskan untuk menganalisis efektivitas penertiban reklame melalui penyilangan sebagai strategi peningkatan kepatuhan pajak reklame di kawasan Trans Icon Surabaya. Selain itu jurnal ini juga bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung

keberhasilan penertiban, hambatan yang dihadapi di lapangan, serta implikasi tindakan penyilangan terhadap pengelolaan pajak daerah. Dengan langkah tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pemerintah daerah dalam merumuskan langkah penertiban reklame yang lebih efektif. Dengan demikian, program ini tidak hanya menargetkan peningkatan PAD, tetapi juga menciptakan kesadaran kolektif tentang pentingnya peran pajak dalam membangun kota yang lebih baik.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pada Kegiatan penyilangan reklame dilalukan oleh mahasiswa MBKM di kantor Bapenda Surabaya dilaksanakan selama periode magang yang berlangsung mulai dari tanggal 1 September 2025 hingga 31 Desember 2025. Peserta magang ditempatkan pada Bidang Pendapatan Asli Daerah (PAD), khususnya dalam sub-bidang Pendataan Objek Reklame. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara berkelompok sesuai pembagian tugas dari pihak Bapenda Surabaya. Pada kegiatan ini, pihak Bapenda Surabaya membagi dan menugaskan sebanyak 6 mahasiswa magang MBKM dan 3 pegawai Bapenda untuk melakukan penyilangan reklame di kawasan Trans Icon Surabaya.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif antara mahasiswa magang, Pihak Bapenda Kota Surabaya, serta pelaku usaha

di kawasan Trans Icon Surabaya. Metode pelaksanaan ini dirancang untuk memastikan kegiatan berjalan secara terstruktur, terukur, dan mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kepatuhan pajak reklame.

Melalui pendekatan ini dapat meningkatkan informasi secara lebih rinci terkait proses penertiban, alasan terjadinya pelanggaran, serta dampak tindakan penyilangan terhadap perilaku kepatuhan wajib pajak. Metode pendekatan ini diterapkan dalam yaitu observasi dan dokumentasi. Observasi ini dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi reklame di kawasan Trans Icon sebelum dan sesudah penyilangan, jenis reklame, lokasi pemasangan, dan pelaksanaan tindakan oleh petugas. Dokumentasi ini diperoleh dari foto saat melakukan penyilangan yang dilakukan oleh pihak Bapenda dan peserta magang. Tindakan tersebut memberikan dasar yang kuat dalam memahami efektivitas penertiban.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Reklame di kawasan Trans Icon Surabaya

Kawasan Trans Icon Surabaya merupakan pusat komersial yang memiliki kepadatan aktivitas ekonomi yang cukup tinggi. Hal ini berdampak pada tingginya kebutuhan pelaku usaha untuk mempromosikan produknya melalui berbagai bentuk media reklame. Jenis reklame yang ada terdiri dari banner, spanduk dan billboard. Meskipun reklame tersebut membantu promosi

usaha, ada beberapa terdapat sebagian reklame telah melewati masa berlaku izin tetapi tetap ditampilkan. Ketidakteraturan tersebut kemudian menjadi latar belakang dilakukannya penertiban oleh pemerintah daerah melalui mekanisme penyilangan reklame.



Gambar.1
The Trans Icon Surabaya
Sumber: jatimnow.com



Gambar.2
Penyilangan reklame di Trans Icon Surabaya

Penertiban ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha serta menjaga estetika dan ketertiban ruang publik di kawasan Trans Icon Surabaya. Tindakan penyilangan pajak reklame ini merupakan upaya untuk membantu meningkatkan kesadaran, bukan hanya itu tindakan ini juga dapat membangun hubungan saling percaya antara pemerintah dan masyarakat.

b. Prosedur penertiban reklame melalui penyilangan

Menurut Ardiyos (2004) menyatakan bahwa Prosedur adalah bagian dari sebuah sistem yang terdiri atas serangkaian langkah atau tindakan yang melibatkan beberapa orang dari satu atau lebih bagian yang telah ditentukan untuk memastikan bahwa suatu kegiatan dapat dilakukan secara berulang dengan cara yang konsisten dan seragam. Prosedur tersebut membantu memberikan panduan agar setiap proses dapat dilakukan dengan benar, konsisten dan teratur, baik oleh individu maupun kelompok. Prosedur penertiban reklame merupakan langkah-langkah untuk memastikan bahwa reklame tersebut sudah menaati peraturan yang berlaku. Sebelum menertibkan reklame, Badan Pendapatan Daerah membuat surat-surat teguran kepada pemilik reklame. Mereka diberikan waktu selama 7 hari untuk melakukan klarifikasi, perpanjangan izin, atau pencabutan reklame secara mandiri. Jika teguran tersebut tidak ditindaklanjuti, petugas melakukan penyilangan dengan memberikan tanda silang (X) yang bertuliskan “PELANGGARAN” pada Objek reklame.



Gambar.3
Stiker penyilangan

Penyilangan reklame dilakukan dengan tujuan memberikan sanksi sosial yang kepada pelaku usaha yang belum membayar pajak dan belum registrasi reklame. Tindakan ini diharapkan untuk mendorong para pelaku usaha agar lebih patuh terhadap aturan yang berlaku.



Gambar.4
Penyilangan reklame di Trans Icon Surabaya

Dengan demikian, penyilangan reklame ini tidak hanya menegakkan disiplin, tetapi juga menjadi langkah edukatif untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kepatuhan pajak dalam mendukung pembangunan daerah.

c. Dampak Penyilangan terhadap Kepatuhan Pajak Reklame

Hasil tindakan tersebut menunjukkan bahwa penyilangan berdampak signifikan terhadap peningkatan kepatuhan administratif wajib pajak. Setelah dilakukan penyilangan, tercatat adanya peningkatan jumlah pelaku usaha yang mendaftarkan reklame baru maupun memperpanjang izin reklame yang telah habis masa berlakunya. Hal ini disebabkan oleh efek visual penyilangan yang dianggap mencoreng citra usaha. Pelaku usaha kemudian terdorong untuk segera mengurus kewajiban pajaknya agar reklame mereka dapat dipulihkan dan tidak menjadi perhatian publik secara negatif. Dampak lain dari penyilangan yaitu berkurangnya secara signifikan jumlah reklame ilegal. Banyak pelaku usaha akhirnya menurunkan reklame mereka secara sukarela setelah menerima teguran atau setelah reklame mereka diberi tanda silang. Penurunan ini menunjukkan bahwa penyilangan efektif dalam mengendalikan dan menertibkan pemasangan reklame di kawasan Trans Icon Surabaya.

d. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Penyilangan

Pelaksanaan penyilangan reklame di Trans Icon Surabaya berjalan cukup efektif karena adanya sejumlah faktor pendukung, seperti kejelasan regulasi daerah yang memberikan dasar hukum yang kuat bagi petugas dalam melakukan tindakan penertiban, serta koordinasi yang baik antara pihak BAPENDA dan pelaku usaha yang memastikan proses identifikasi hingga pelaksanaan penyilangan dapat berlangsung secara terstruktur. Selain itu, dukungan sistem informasi perizinan yang memadai membantu petugas memverifikasi status reklame secara cepat dan akurat. Efektivitas penyilangan juga diperkuat oleh dampak visual tanda silang yang mencolok, sehingga memberikan tekanan sosial kepada pelaku usaha untuk segera mematuhi ketentuan pajak reklame. Di sisi lain, pelaksanaan penyilangan menghadapi berbagai hambatan, antara lain rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap prosedur perizinan dan kewajiban pajak, sehingga pelanggaran sering terjadi akibat ketidaktahuan. Keterbatasan jumlah personel pengawas juga menjadi kendala, mengingat banyaknya titik pemasangan reklame di kawasan komersial seperti Trans Icon Surabaya.

Selain itu, beberapa reklame dipasang pada lokasi yang sulit dijangkau, sehingga menyulitkan

petugas saat melakukan penyilangan. Hambatan lainnya meliputi respons sebagian pelaku usaha yang kurang kooperatif serta sistem data yang belum sepenuhnya terintegrasi secara langsung yang kadang menimbulkan perbedaan informasi antara catatan administrasi dan kondisi lapangan. Keseluruhan faktor tersebut menunjukkan bahwa meskipun penyilangan reklame memiliki efektivitas yang kuat, keberhasilannya tetap bergantung pada peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap wajib pajak, penguatan koordinasi, serta perbaikan sistem pengawasan secara menyeluruh.

D. PENUTUP

Jurnal ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pelaksanaan penyilangan reklame sebagai salah satu upaya BAPENDA Kota Surabaya dalam meningkatkan kepatuhan pajak reklame, sekaligus menjadi bahan referensi dalam kegiatan penertiban dan pengawasan reklame di lapangan. Sebagai bahan perbaikan ke depan, disarankan agar kegiatan penyilangan reklame terus dilaksanakan secara konsisten dan terencana, disertai dengan pembaruan data reklame secara berkala. Selain itu, peningkatan koordinasi antar pihak terkait serta sosialisasi kepada wajib pajak perlu terus ditingkatkan agar pelaksanaan penertiban reklame dapat berjalan lebih efektif dan memberikan

dampak positif terhadap penerimaan pajak daerah.

Kesimpulan

Efektivitas penertiban reklame melalui penyilangan di kawasan Trans Icon Surabaya, dapat disimpulkan bahwa tindakan penyilangan merupakan instrumen penegakan hukum administratif yang cukup efektif dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak reklame. Efektivitas tersebut terlihat dari meningkatnya jumlah pelaku usaha yang melakukan pendaftaran reklame, memperpanjang izin, serta menurunkan reklame yang terbukti tidak berizin. Penyilangan juga terbukti memberikan efek jera karena memiliki dampak visual yang kuat dan dapat mencoreng citra usaha apabila reklame tetap dibiarkan dalam kondisi melanggar. Selain itu, penyilangan mendorong peningkatan kesadaran wajib pajak mengenai pentingnya perizinan reklame dan kewajiban pembayaran pajak sebagai bagian dari kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah. Pelaku usaha menjadi lebih berhati-hati dan patuh karena mengetahui bahwa pemerintah melakukan pengawasan aktif dan konsisten. Meskipun begitu, sering kali menemukan beberapa kendala seperti keterbatasan personil, rendahnya pemahaman pelaku usaha tentang tata cara perizinan, serta lokasi pemasangan reklame yang sulit dijangkau.

Secara keseluruhan, Sanksi seperti penyilangan reklame yang belum membayar pajak harus diimbangi dengan proses yang

humanis, sehingga memberikan efek jera tanpa menciptakan pertikaian pelaku usaha dan pemerintah. Hal ini menyebabkan turunnya kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Pelaku usaha disarankan lebih aktif dalam memenuhi kewajiban pajak reklame mereka, kontribusi pajak tersebut berdampak langsung pada peningkatan kualitas infrastruktur dan layanan publik di daerah kota Surabaya. Langkah ini tidak hanya menunjukkan kepatuhan hukum, tetapi juga wujud tanggung jawab sosial yang dapat meningkatkan citra usaha mereka di mata masyarakat. Pada akhirnya, sinergi antara pemerintah dan pelaku usaha akan menjadi kunci keberhasilan dalam menciptakan sistem pajak reklame yang efektif.

Saran

Untuk meningkatkan efektivitas penertiban reklame melalui penyilangan, disarankan agar BAPENDA Kota Surabaya melakukan pembaruan data reklame secara berkala dan memperkuat koordinasi dengan pengelola kawasan Trans Icon Surabaya. Selain itu, perlu ditingkatkan kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada wajib pajak reklame terkait kewajiban perpajakan dan sanksi yang berlaku. Pemanfaatan teknologi informasi dalam pendataan dan pengawasan reklame juga diharapkan dapat mempercepat proses penyilangan serta meningkatkan kepatuhan pajak reklame secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penyusunan modul ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada BAPENDA Kota Surabaya beserta seluruh pegawai serta pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan kesempatan untuk memperoleh pengalaman serta pengetahuan selama pelaksanaan kegiatan. Semoga modul ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bahan referensi yang berguna bagi pihak terkait.

E. DAFTAR PUSTAKA

- (Sidik, 2002)Arditia, R. (2012). Analisis Kontribusi Dan Efektivitas Pajak Daerah Sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. *Universitas Negri Surabaya*, 1(1979), 1–26.
- Indrahayu M Umar Gazali, & Maemanah. (2024). Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Izin Reklame di Kota Makassar (Studi Kasus di Kota Makassar). *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 105–117. <https://doi.org/10.70292/pchukumsosial.v2i1.57>
- Jariyah, R. W. A., & Mildawati, T. (2020). Analisis Kontribusi Pajak Reklame, Pajak Restoran, Dan Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Masturi, H., Hasanawi, A., &

- Hasanawi, A. (2021). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- Rundengan, S. M., & Sondakh, J. J. (2019). Analisis Sistem Dan Prosedur Pemungutan Pajak Reklame Sebagai Upaya Peningkatan Pada BP2RD Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 7(4), 4839–4848.
- Sheilla Agustin Rahayu, T. M. (2023). ANALISIS LAJU PERTUMBUHAN, EFEKTIVITAS, DAN KONTRIBUSI PENERIMAAN PAJAK REKLAME PADA PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA SURABAYA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12.
- Sidik, M. (2002). Optimalisasi pajak daerah dan retribusi daerah dalam rangka meningkatkan kemampuan keuangan daerah. *Makalah Disampaikan Acara Orasi Ilmiah. Bandung*, 10(April), 1–14.