

**PENEGAKAN PERATURAN WALI KOTA
TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN
REKLAME DI KOTA BANDUNG
Suatu Telaahan Kritis pada Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja**

Danny Permana

Universitas Jenderal Achmad Yani

ABSTRACT

Bandung City Satpol PP's performance in enforcing Bandung Mayor Regulation No. 005 of 2019 regarding technical guidelines for organizing billboards in the city of Bandung. An important essence in this research is the implementation of billboards as a city aesthetic that is able to provide colors and shapes of city beauty that can be enjoyed by the public at large. To create aesthetics in organizing billboards, the presence of Satpol PP is required in enforcing the mayor's regulations in order to maintain and control the deviant forms of advertisement management. Where several indicators that affect the performance of the City of Bandung Police Satpol in carrying out the tasks referred to, namely related to the ability, motivation, support received, the existence of work performed, and relations with the organization.

The approach used in this study is a qualitative approach, with a descriptive method. The qualitative data analysis in this study consists of three main activities, namely data reduction, data presentation, conclusion drawing or verification.

The results of this study indicate that, the performance of Satpol PP in implementing enforcement of Bandung Mayor Regulation Number 005 of 2019 on technical guidelines for organizing billboards in Bandung is less than optimal where the capability of infrastructure and facilities to support operational control of billboards is inadequate, the motivation of Satpol PP members who carry out the task of controlling does not have adequate budget carrying capacity, the support received by members of the Satpol PP in enforcing Bandung Mayor Regulation Number 005 of 2019 regarding technical guidelines for organizing billboards in the city of Bandung is low, the existence of work carried out by Satpol PP members in carrying out their duties does not get full support, and there is still ego-centric in the implementation of tasks where the relationship with regional apparatus organizations (OPD) still seems partial.

Keywords: performance, Satpol PP, Bandung Mayor Regulations

ABSTRAK

Kinerja Satpol PPKota Bandung dalam menegakkan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 tahun 2019 tentang petunjuk teknis penyelenggaraan reklame di Kota Bandung. Esensi penting dalam penelitian ini, yaitu terselenggaranya reklame sebagai estetika kota yang mampu memberikan warna dan bentuk keindahan kota yang dapat dinikmati

oleh publik secara luas. Untuk menciptakan estetika dalam penyelenggaraan reklame diperlukan keberadaan Satpol PP dalam menegakkan peraturan walikota dimaksud dalam rangka menjaga dan mengendalikan dari bentuk-bentuk penyelenggaraan reklame yang menyimpang. Dimana beberapa indikator yang mempengaruhi kinerja Satpol PP Kota Bandung dalam melaksanakan tugas dimaksud, yaitu terkait dengan kemampuan, motivasi, dukungan yang diterima, keberadaan pekerjaan yang dilakukan, dan hubungan dengan organisasi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan metode deskriptif Adapun analisis data kualitatif dalam penelitian ini terdiri dari tiga alur kegiatan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, kinerja satpol PP dalam melaksanakan penegakan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 tahun 2019 tentang petunjuk teknis penyelenggaraan reklame di Kota Bandung kurang optimal dimana kemampuan sarana dan prasarana pendukung operasional penertiban reklame kurang memadai, motivasi para anggota Satpol PP yang melaksanakan tugas penertiban tidak memiliki daya dukung anggaran yang memadai, dukungan yang diterima oleh anggota Satpol PP dalam menegakkan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 tahun 2019 tentang petunjuk teknis penyelenggaraan reklame di Kota Bandung rendah, keberadaan pekerjaan yang dilakukan oleh anggota Satpol PP dalam melaksanakan tugas tidak mendapatkan dukungan penuh, dan masih terdapat ego sentris dalam pelaksanaan tugas dimana hubungan dengan organisasi perangkat daerah (OPD) masih terkesan parsial.

Kata kunci: kinerja, Satpol PP, Peraturan Wali Kota Bandung

PENDAHULUAN

Kebudayaan Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Bandung menjadi alat yang vital dalam menjaga ketenteraman dan ketertiban umum di Kota Bandung terutama dalam menegakkan peraturan-peraturan yang menjadi kebijakan Pemerintah Kota Bandung. Dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 56791) pasal 256 ayat (7) mengamanatkan pengaturan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dengan Peraturan Pemerintah, dimana tugas, fungsi dan wewenang Satpol PP dalam bab III Pasal 5 dinyatakan bahwa Satpol PP mempunyai tugas menegakkan Perda dan Perkada, menyelenggarakan ketertiban umum dan

ketenteraman, dan menyelenggarakan perlindungan masyarakat. Perihal tersebut di atas menunjukkan bahwa keberadaan Satpol PP menjadi garda terdepan dalam membantu Wali Kota Bandung selaku Kepala Daerah dalam penanganan ketenteraman dan ketertiban umum. Salah satu tugas Satpol PP di Kota Bandung, yaitu melaksanakan penegakan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 tahun 2019 tentang petunjuk pelaksanaan penyelenggaraan reklame. Sebagai ibu kota propinsi Jawa Barat, Kota Bandung terus berinovasi membangun keindahan kota sebagai bentuk ikonik kota yang tertata dan tertib khususnya keberadaan reklame yang menjadi estetika kota.

Kebudayaan reklame di Kota Bandung diatur berdasarkan kawasan, perletakan dan pola penyebarannya. Di dalam Bab I Ketentuan Umum pasal 1 ayat 7 Peraturan Wali Kota Bandung

Nomor 005 tahun 2019 tentang petunjuk pelaksanaan penyelenggaraan reklame dijelaskan bahwa penyelenggaraan reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan jenis, bentuk, pemanfaatan perizinan dan penyelenggaraan pengendalian pengawasan dan penertiban reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi. Selain itu, ayat 11 menjelaskan bahwa peletakan reklame adalah tempat dimana bidang reklame didirikan dan/atau ditempatkan dan ayat 12 menyatakan pola penyebaran peletakan reklame adalah peta yang dijadikan acuan dan arahan untuk peletakan reklame. Regulasi yang mengatur reklame tersebut di atas jelas menunjukkan bahwa para penyelenggara reklame harus memperhatikan hal hal yang mengatur sebagai bentuk sadar dan taat hukum dalam menyelenggarakan reklame sebagai bentuk partisipasi dengan keterlibatan dalam penataan ruang kota yang ideal dan mewujudkan estetika kota yang baik karena pada dasarnya keberadaan reklame yang tidak tertata akan berdampak buruk secara signifikan dalam aspek penataan ruang kota.

Di dalam pelaksanaannya keberadaan Reklame yang menjadi media promosi atau sosialisasi sebuah produk ataupun jasa masih ditemukan bentuk-bentuk pelanggaran atau penyelewengan dalam penyelenggaraannya. Berdasarkan penjelasan salah satu informan dalam penelitian ini menyatakan, bahwa permasalahan yang paling krusial dalam penyelenggaraan reklame, yaitu masih ditemukannya reklame yang terpasang di kawasan khusus, dimana kawasan khusus merupakan kawasan di Kota Bandung yang harus bebas dari penyelenggaraan reklame. Hal lain yang menjadi masalah, yaitu banyak bermunculan reklame-reklame baru yang diselenggarakan tanpa

izin ataupun reklame lama yang tidak diperpanjang perizinannya atau tidak dibayar pajaknya. Badan Pengelola Pendapatan Daerah (BPPD) Kota Bandung menjajaki survei potensi penerimaan pajak dari reklame. Ditemukan ada sekitar 12.637 reklame yang tidak berizin. Sementara reklame yang berizin hanya tercatat sekitar 5.600¹.

Selain itu Dalam kurun waktu hingga Agustus 2018, jumlah reklame tak berizin di Kota Bandung mencapai 22.000-an buah. Sedangkan yang mengantongi izin hanya 1511 reklame². Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa banyaknya pelanggaran reklame yang tidak membayar pajak berdampak pada intensitas pendapatan asli daerah (PAD) Kota Bandung dimana terjadi loss potensi pajak dari sumber pajak reklame, padahal jika dilihat lebih jauh pajak reklame menjadi salah satu sumber pembiayaan pembangunan infrastruktur kota yang signifikan.

Kepala Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (BPPD) Kota Bandung menyatakan bahwa “Memang ada beberapa pendapatan yang kemungkinan tidak mencapai target, misalnya pajak reklame karena ini berkaitan dengan OPD lain³. Menyikapi beberapa permasalahan tersebut di atas, Satpol PP beserta jajaran melaksanakan tugas dan fungsi yang

1 Pikiran Rakyat edisi Selasa, 10 April 2018, <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2018/04/10/pengawasan-pajak-reklame-masih-rendah-422588> yang diunggah pada 20 November 2019, pukul 13.10 WIB).

2 Dalam ayobandung.com edisi Selasa, 7 Agustus 2018, <https://www.ayobandung.com/read/2018/08/07/36427/pemkot-bandung-bakal-tindak-22000-reklame-tak-berizin> diunduh pada 20 November 2019, pada pukul 13.40)

3 Dalam detik news.com (edisi Rabu, 3 Juli 2019, <https://news.detik.com/berita-ja->

diamanatkan dalam Bab IX pasal 41 ayat 1 poin f Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 tahun 2019 tentang petunjuk pelaksanaan penyelenggaraan reklame yang menyatakan Penindakan, penertiban non-yustisial, tindakan penyelidikan, dan tindakan administratif ada pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung sebagai upaya dalam melaksanakan penertiban reklame.

Dari pembahasan permasalahan tersebut di atas, dapat dianalisa bahwa keberadaan Satpol PP harus mampu meningkatkan Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Menegakan Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Bandung. secara definisi, Kinerja adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan karyawan dimana beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja, yaitu kemampuan, motivasi, dukungan yang diterima, keberadaan pekerjaan yang dilakukan, dan hubungan dengan organisasi⁴.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- Bagaimana penegakan peraturan walikota tentang petunjuk pelaksanaan penyelenggaraan reklame di Kota Bandung melalui kinerja satuan polisi pamong praja ?

TINJAUAN KONSEPTUAL

Penegakan Peraturan di Daerah

J. E. Sahetapy yang mengatakan “Dalam rangka penegakan hukum dan

implementasi penegakan hukum bahwa penegakan keadilan tanpa kebenaran adalah suatu kebijakan. Penegakan kebenaran tanpa kejujuran adalah suatu kemunafikan. Dalam kerangka penegakan hukum oleh setiap lembaga penegakan hukum (inklusif manusianya) keadilan dan kebenaran harus dinyatakan, harus terasa dan terlihat, harus diaktualisasikan⁵”

Dalam konteks penegakan perda dan/atau perkara, Satuan Polisi Pamong Praja memiliki kedudukan dan fungsi yang cukup penting sebagai salah satu perangkat dan aparatur pemerintah daerah. Menurut ketentuan Pasal 255 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah “Satuan Polisi Pamong Praja dibentuk untuk menegakkan perda dan perkara, menyelenggarakan ketertiban umum dan ketenteraman, serta menyelenggarakan perlindungan masyarakat”.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas maka keberadaan Satpol PP di kota Bandung memiliki tugas dalam menegakkan Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Bandung dalam rangka mewujudkan penataan estetika kota yang ideal dimana Satpol PP Kota Bandung sebagai eksekutor kebijakan Wali Kota Bandung dalam bidang penataan ruang kota dengan melakukan tindakan-tindakan hukum yang telah diatur didalam peraturan Wali Kota Bandung.

Kinerja

Kinerja yang dihasilkan oleh pegawai dalam suatu perusahaan ditentukan oleh

wa-barat/d-4609683/pendapatan-kota-bandung-baru-rp-846-m-dari-target-rp-24-t, diunduh pada 20 November 2019, pukul 13.19).

4 Robert L. Mathis dan John H. Jackson (2001).

5 <https://beritabeta.com/sosok/prof-j-e-sahetapy-penjaga-nurani-hukum-dan-politik/> diunduh tanggl 18 Oktober 2019 pukul 20.00

beberapa faktor dan kondisi yang baik itu yang berasal dari dalam diri pegawai ataupun yang berasal dari luar individu pegawai. Selain itu kinerja adalah hasil dari proses pekerjaan tertentu secara terencana pada waktu dan tempat dari karyawan serta organisasi bersangkutan⁶.

Mangkuprawira dan Hubeis menyebutkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik pegawai. Faktor – faktor intrinsik yang mempengaruhi kinerja pegawai terdiri dari pendidikan, pengalaman, motivasi, kesehatan, usia, keterampilan, emosi dan spiritual. Sedangkan faktor ekstrinsik yang mempengaruhi kinerja pegawai terdiri dari lingkungan fisik dan non fisik, kepemimpinan, komunikasi vertical dan horizontal, kompensasi, kontrol berupa penyeliaan, fasilitas, pelatihan, beban kerja, prosedur kerja, system hukuman dan sebagainya. lebih lanjut Mangkuprawira dan Hubeis menguraikan faktor-faktor tersebut sebagai berikut : a) Faktor Personal, faktor personal pegawai meliputi unsur pengetahuan, keterampilan, kemampuan, kepercayaan diri, motivasi dan komitmen yang dimiliki oleh setiap individu, b) Faktor Kepemimpinan, meliputi aspek kualitas manajer dan dan team leader dalam memberikan dorongan, semangat, arahan, dan dukungan kerja kepada karyawan, c) Faktor Tim, meliputi kualitas dukungan dan semangat yang diberikan oleh rekan dalam satu team, kepercayaan terhadap sesama anggota team, kekompakan, dan keeratan anggota team, d) Faktor Sistem, meliputi system kerja, fasilitas kerja dan infrakstruktur yang diberikan oleh organisasi, kompensasi dan proses organisasi dan kultur kinerja dalam organisasi, e) Faktor Kontekstual, meliputi

tekanan dan perubahan lingkungan eksternal dan internal⁷.

Definisi lain datang dari Murpy dan Cleveland dalam Pasolong mengatakan bahwa, kinerja adalah kualitas perilaku yang berorientasi pada tugas dan pekerjaan⁸. Hal ini berarti bahwa kinerja pegawai dalam sebuah organisasi ditentukan oleh sikap dan perilaku pegawai terhadap pekerjaannya dan orientasi pegawai dalam melaksanakan pekerjaannya tersebut.

Satpol PP

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587), sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 56791) pasal 256 ayat (7) mengamanatkan pengaturan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dengan Peraturan Pemerintah

Pol PP adalah anggota Satpol PP sebagai aparat Pemerintah Daerah yang diduduki oleh pegawai negeri sipil dan diberi tugas, tanggung jawab, dan wewenang sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam penegakan Peraturan Daerah dan Peraturan Kepala Daerah, penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman serta perlindungan

6 Mangkuprawira dan Hubeis dalam bukunya Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia (2007:153)

7 Dalam Mangkuprawira, S., dan A.V. Hubeis, (2007) Manajemen Mutu Sumber Daya ... Minimal, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta

8 Dalam Murphy, K.R., dan J.N. Cleveland. 1995. Cleveland. Understanding Performance Appraisal. California: SAGE Publications

masyarakat. Sementara itu Satpol PP adalah perangkat daerah yang dibentuk untuk menegakkan Peraturan Daerah dan Peraturan Kepala Daerah, menyelenggarakan ketertiban umum dan ketenteraman serta menyelenggarakan perlindungan masyarakat

Reklame

Reklame merupakan suatu media atau alat untuk menyampaikan informasi, menawarkan, mempromosikan, serta memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada khalayak dengan menggunakan gambar dan kata-kata yang menarik. Pendapat lain mengatakan pengertian reklame adalah suatu media visual yang memanfaatkan gambar dan tulisan yang diolah sedemikian rupa untuk mengkomunikasikan pesan tertentu kepada masyarakat. Pembuatan reklame bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak tentang suatu barang, jasa, atau hal lain dengan cara yang menarik⁹.

Melihat definisi reklame tersebut di atas maka dapat dianalisa, bahwa secara logis para penyelenggara reklame akan memilih dan memilih peletakan dan pola penyebaran reklame pada kawasan-kawasan strategis yang dianggap memiliki nilai jual tinggi dengan memperhatikan keadaan lokasi yang dianggap strategis tersebut. Beberapa pandangan terkait lokasi strategis dalam peletakan reklame terkait kepadatan jalur lalu lintas pada lokasi tersebut, kepadatan aktifitas masyarakat yang dianggap akan melihat pada informasi yang disajikan dalam reklame tersebut, dan seberapa besar ukuran reklame yang akan ditampilkan dalam kawasan lokasi tersebut.

9 <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-reklame.html> diunduh tanggal 10 Nopember 2019 pukul 20.00

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang di dalamnya terdapat upaya mengembangkan, mencatat, menganalisa dan menginterpretasikan kondisi atau keadaan sekarang pada saat penelitian sedang dilakukan (berlangsung)¹⁰. Pendapat lain menyatakan, dalam mendefinisikan pendekatan kualitatif adalah sebagai pendekatan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati pada saat penelitian¹¹.

Untuk mendukung kegiatan penelitian ini, dilakukan pengumpulan data dari informan, yang meliputi : a. Unsur Satpol PP Kota Bandung. b. Unsur Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu c. Unsur Badan Pengelolaan Pendapatan d. Unsur Masyarakat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan ketentuan Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 tentang Satuan Polisi Pamong Praja diketahui secara jelas kewenangan Satuan Polisi Pamong Praja antara lain:

1. Melakukan tindakan penertiban non yustisial terhadap warga masyarakat, aparatur, badan hukum yang melakukan pelanggaran atas perda dan/atau perkada;
2. Menindak warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang mengganggu ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat;

10 Faisal (2002: 12).

11 (Bogdan dan Taylor, dalam Moleong, 2004 : 3).

3. Melakukan tindakan penyelidikan terhadap warga masyarakat, aparat, atau badan hukum yang diduga melakukan pelanggaran atas perda dan/atau perkara; dan
4. Melakukan tindakan administratif terhadap warga masyarakat, aparat, atau badan hukum yang melakukan pelanggaran atas perda dan/atau perkara.

Berdasarkan beberapa kewenangan tersebut di atas, jelas bahwa Satuan Polisi Pamong Praja dapat diumpamakan sebagai salah satu “penjaga” dalam penegakan suatu perda dan perkara. Melihat kewenangan yang sangat besar dimiliki oleh Satuan Polisi Pamong Praja tentu membuat institusi tersebut untuk berperan aktif keterlibatannya dalam proses pembentukan serta mengawal perjalanan perda dan perkara. Sesuai dengan ketentuan Pasal 255 ayat (2) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 yang menyebutkan bahwa salah satu tugas Satuan Polisi Pamong Praja, yaitu melakukan tindakan penertiban non yustisial, menindak bagi yang mengganggu ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat, penyelidikan terhadap pelanggaran perda dan/atau perkara, dan tindakan administratif. Kewenangan yang cukup besar tersebut semestinya dapat dimaksimalkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja. Namun pada kenyataannya, masih terdapat tugas dan kewenangan sebagai penegak perda dan/atau perkara terkesan belum dioptimalkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja. Salah satu contoh adalah kurang optimalnya penindakan reklame di Kota Bandung dimana masih banyak reklame yang melanggar terpampang di kawasan khusus dan reklame-reklame yang pelatakan dan pola penyebarannya dipasang pada lokasi-lokasi yang tidak diperbolehkan sehingga kontekstual penegakan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 tahun 2019

tentang petunjuk penyelenggaraan reklame di Kota Bandung belum terealisasi sesuai dengan yang diamanatkan. Dalam Konteks penertiban reklame diperlukan cara dan strategi yang dinamis terutama pada saat berhadapan dengan para penyelenggara reklame maupun masyarakat secara luas dimana pendekatan yang persuasif menjadi pola pendekatan yang ideal dalam melaksanakan penertiban atau penindakan reklame yang melanggar. Disamping itu, dalam berhadapan dengan sekelompok masyarakat perlu dikedepankan pendekatan atau cara-cara yang persuasif agar tidak menimbulkan konflik dan kegaduhan di masyarakat. Alih-alih ingin menegakkan perda/perkada dan menjaga ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat, Satuan Polisi Pamong Praja malah menciptakan suasana yang kurang kondusif di masyarakat¹².

Berdasarkan kewenangan yang ada, tentu tidak ada satu orang pun yang meragukan fungsi dan peranan yang diemban oleh Satuan Polisi Pamong Praja dalam menegakkan perda dan/atau perkara. Pada sisi yang lain, masyarakat juga perlu diberikan sosialisasi dan ruang untuk berpartisipatif dalam penyusunan raperda dan/atau raperkada. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dan persinggungan antara masyarakat dan Satuan Polisi Pamong Praja. Dalam menjalankan tugasnya, Satuan Polisi Pamong Praja dihadapkan pada posisi yang sulit disatu sisi Satuan Polisi Pamong Praja menegakkan perintah perda dan/atau perkara yang belum sepenuhnya melibatkan mereka dalam proses pembentukannya. Sedangkan pada sisi yang lain harus menghadapi

12 Disarikan dari <https://www.jogloabang.com/gaya/pp-16-2018-satuan-polisi-pamong-praja> diunduh Pada tanggal 7 Nopember 2019 pukul 18.00

masyarakat yang mungkin kurang mendapatkan sosialisasi terhadap perda/perkada yang dibentuk. termasuk dalam menertibkan reklame di Kota Bandung. Sebagai kota metropolitan Kota Bandung akhir-akhir ini disibukkan dengan penertiban reklame yang harus selaras dengan tata kota dan estetika. Berdasarkan penjelasan dari salah satu informan dari unsur anggota Satpol PP Kota Bandung, sekitar bulan oktober 2019 Satpol PP Kota Bandung telah melakukan penertiban reklame besar dengan cara menebang pohon reklame yang berada di beberapa titik lokasi strategis, tetapi dengan segala keterbatasan sarana prasarana dan anggaran serta dukungan yang ada kami tidak bisa menertibkan reklame yang jumlahnya ribuan. Konstelasi penindakan dan penertiban reklame seperti yang diamanatkan dalam Peraturan Wali Kota Bandung tersebut dimaksud memerlukan dukungan sumber daya yang signifikan.

Sebagaimana diketahui pemasangan reklame di Kota Bandung dari tahun ke tahun semakin semrawut dan banyak yang ilegal sehingga selain melanggar peraturan Wali Kota Bandung tentang reklame juga mengakibatkan mengganggu peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) tiap tahunnya. Salah satu yang sedang diincar adalah sari sektor pajak reklame. Badan Pengelola Pendapatan Daerah (BPPD) Kota Bandung pun ingin menarik pajak dari reklame yang ada di dalam gedung pusat perbelanjaan. Karena itu Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung menyisir reklame-reklame tidak berizin di Kota Bandung. Hasilnya, petugas menyegel reklame ilegal di dekat persimpangan Jalan Buahbatu-Jalan Soekarno-Hatta¹³. Kepala Satpol PP

Kota Bandung dalam sebuah wawancara menegaskan, sebelum menyegel reklame tersebut, pihaknya telah melayangkan surat peringatan. Namun, hingga batas yang ditentukan ternyata tak ada itikad baik dari pengusaha reklame tersebut untuk melengkapi perizinannya.

“Kita segel sampai perizinannya dipenuhi. Penindakan reklame kali ini menjadi langkah awal Satpol PP untuk menegakan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 4 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame. Sebab, banyak reklame di Kota Bandung yang disinyalir melanggar aturan.

Selain itu kinerja satpol PP dalam melaksanakan penegakan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 tahun 2019 tentang petunjuk teknis penyelenggaraan reklame di Kota Bandung terkait dengan kemampuan sarana dan prasarana pendukung operasional penertiban reklame masih kurang memadai sehingga optimalisasi tindakan penertiban reklame yang melanggar masih belum optimal. Selain itu motivasi para anggota Satpol PP yang melaksanakan tugas penertiban yang tidak memiliki daya dukung anggaran yang memadai berdampak pada terhambatnya pelaksanaan penertiban sesuai dengan *time line* yang telah ditentukan. Hal lain yang menjadi perhatian terkait dengan dukungan yang diterima oleh anggota Satpol PP dalam menegakkan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 tahun 2019 tentang petunjuk teknis penyelenggaraan reklame di Kota Bandung belum sesuai dengan harapan yang diinginkan. Selain itu keberadaan pekerjaan yang dilakukan oleh anggota Satpol PP dalam melaksanakan tugas tidak mendapatkan dukungan penuh, dan masih terdapat ego

13 <https://bandung.bisnis.com/read/20190901/549/1143170/satpol-pp-ko->

[ta-bandung-sisir-reklame-ilegal](#) di unduh pada tanggal 6 Nopember 2019 pukul 02.00

sentris dalam pelaksanaan tugas dimana hubungan dengan organisasi perangkat daerah (OPD) masih terkesan parsial.

Koordinasi terkait penertiban reklame lagi. Karena ada juga pengaduan terkait masalah zonanya atau tempatnya, dan adapun tidak berizin,” jelasnya..

Rasdian mengaku, menerima banyak laporan masyarakat terkait keberadaan reklame bermasalah. Sehingga, dia akan segera berkoordinasi bersama sejumlah dinas terkait untuk menginventarisasi keberadaan reklame yang tidak sesuai ketentuan. Banyak pengaduan masyarakat baik lewat jejaring sosial dan juga lewat surat. Kita akan bekerja sama dengan tim teknis dari Dinas Perizinan (DPMPTSP), Dinas Tata Ruang (Distaru), perpajakan (BPPD).

Namun demikian banyak sekali faktor yang menentukan efisiensi organisasi. Faktor-faktor tersebut dapat meliputi: biaya relatif, tenaga kerja, produktivitas perjam pegawai, biaya bahan baku, dan kemajuan teknologi. Efisiensi Kinerja Satpol PP Kota Bandung akan dilihat dari ketersediaan dana operasional, ketepatan program kegiatan dengan sasaran yang ingin dicapai. Dukungan atas penyelenggaraan tugas-tugas kegiatan operasional dan ketertiban di lapangan, Satpol PP Kota Bandung hanya ditunjang dari penyediaan dana APBD Kota Bandung. Adapun penyediaan dana APBD itu relatif kecil bila dibandingkan dengan beban tugas penyelenggaraan Satpol PP Kota Bandung. Indikator ketersediaan jumlah dana operasional Satpol PP Kota Bandung, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Kepala Satpol PP Kota Bandung diketahui ketersediaan dana operasional kegiatan program di bidang operasional dan ketertiban masih sangat kecil, dan jika dibandingkan antara luas

wilayah kecamatan di Kota Bandung dengan jumlah dana yang tersedia rasionya belum berimbang. Misalnya dalam bidang operasional dan penertiban yang notabene tugasnya menyangkut sekian banyak yang harus ditertibkan khususnya mereka yang melanggar Perda Kota Bandung.

KESIMPULAN

Upaya Penertiban Penyelenggaraan Reklame Di Kota Bandung dalam pelaksanaannya masih terdapat kekurangan diantaranya kurangnya kesadaran penyelenggara reklame untuk mengurus perizinan pemasangan reklame. Selain itu luas wilayah Kota Bandung yang tidak sebanding dengan jumlah petugas sehingga berpengaruh terhadap proses pengawasan dan penertiban pelanggaran reklame mengingat banyaknya terjadi pelanggaran.

Terdapat beberapa faktor baik yang bersifat mendukung maupun yang menghambat dalam upaya penertiban penyelenggaraan reklame. Faktor pendukung yang timbul berupa adanya data dan informasi mengenai pelanggaran reklame yang terjadi di Kota Bandung. Sedangkan faktor penghambat yang timbul yaitu kurangnya kesadaran penyelenggara reklame untuk mengurus perizinan pemasangan reklame, serta kurangnya jumlah petugas dan peralatan penunjang bagi Dinas yang terkait untuk melaksanakan Penertiban Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas maka, dalam menunjang proporsional tugas fungsi Satpol PP Kota Bandung dalam mengakkan Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 tahun 2019 tentang Petunjuk

Penyelenggaraan reklame di Kota Bandung, yaitu :

1. memenuhi kemampuan sarana dan prasarana pendukung operasional penertiban reklame
2. meningkatkan motivasi para anggota Satpol PP yang melaksanakan tugas penertiban dengan memenuhi daya dukung anggaran sebagai bentuk reward
3. memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan penindakan penertiban reklame yang melanggar baik dari sisi internal maupun eksternal.
4. keberadaan Satpol PP menjadi garda terdepan dalam melaksanakan penertiban dan penindakan reklame yang melanggar.
5. melakukan sinkronisasi regulasi antar organisasi perangkat daerah dalam rangka mewujudkan penataan ruang Kota Bandung yang ideal.

DAFTAR PUSTAKA

- Mangkuprawira, S., dan A.V. Hubeis, (2007) Manajemen Mutu Sumber Daya ... Minimal, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Mathis, Robert L & John H. Jackson (Terjemahan Jimmy Sadeli dan Bayu Prawira), 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, jilid 1, Penerbit Salemba, Jakarta
- Mathis.L.Robert dan Jackson.H.John. 2001, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Buku kedua.
- Moleong, Lexy J. 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murphy, K.R., dan J.N. Cleveland. 1995. *Cleveland. Understanding Performance Appraisal*. California: SAGE Publications

Dokumen dan Sumber Lain

- ayobandung.com edisi Selasa, 7 Agustus 2018, <https://www.ayobandung.com/read/2018/08/07/36427/pemkot-bandung-bakal-tindak-22000-reklame-tak-berizin> diunduh pada 20 November 2019, pada pukul 13.40)
- detik news.com (edisi Rabu, 3 Juli 2019, <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4609683/pendapatan-kota-bandung-baru-rp-846-m-dari-target-rp-24-t>, diunduh pada 20 November 2019, pukul 13.19).
- Disarikan dari <https://www.jogloabang.com/gaya/pp-16-2018-satuan-polisi-pamong-praja> diunduh Pada tanggal 7 Nopember 2019 pukul 18.00
- <https://bandung.bisnis.com/read/20190901/549/1143170/satpol-pp-kota-bandung-sisir-reklame-ilegal> di unduh pada tanggal 6 Nopember 2019 pukul 02.00
- <https://beritabeta.com/sosok/prof-j-e-sahetapy-penjaga-nurani-hukum-dan-politik/> diunduh tanggal 18 Oktober 2019 pukul 20.00
- <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-reklame.html> diunduh tanggal 10 Nopember 2019 pukul 20.00
- <https://bandung.bisnis.com/read/20190901/549/1143170/satpol-pp-kota-bandung-sisir-reklame-ilegal> di unduh pada tanggal 6 Nopember 2019 pukul 02.00
- Pikiran Rakyat edisi Selasa, 10 April 2018, <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2018/04/10/pengawasan-pajak-reklame-masih-rendah-422588> yang diunggah pada 20 November 2019, pukul 13.10 WIB).