

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan di lapangan yang disajikan dalam penyajian dan analisis data, pada bab ini peneliti akan menyimpulkan beberapa temuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan peneliti juga memberikan saran dan implikasi bab ini akan disajikan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan peneliti juga akan memberikan saran dan implikasi dari hasil penelitian.

Dari hasil pengumpulan data yang ditemukan pada bab penyajian, analisis data dan interpretasi teoritik peneliti menyimpulkan bahwa pengawasan izin reklame di kota Surabaya belum berjalan efektif. Hal ini ditunjukkan dari beberapa sub bab berikut ini:

##### **I. Kebijakan Perizinan Reklame:**

Kebijakan Perizinan Reklame di Kota Surabaya yang tertuang dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 76 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 79 Tahun 2012 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame, masih belum sepenuhnya diimplementasikan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari belum efektifnya pengawasan perizinan reklame di kota Surabaya dikarenakan keterbatasan SDM, biaya operasional dan peralatan pengawasan yang belum memadai.

## II. Pengawasan Perizinan Reklame:

Pengawasan perizinan reklame di kota Surabaya dilakukan oleh Tim Reklame ( Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya, Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya, Dinas Bina Marga dan Pematuan Kota Surabaya, Dishub Kota Surabaya, DKP Kota Surabaya dan Satpol PP Kota Surabaya) masih belum sepenuhnya efektif dilakukan. Hal ini dikarenakan, pengawasan perizinan reklame selama ini hanya mengandalkan Satpol PP Kota Surabaya. Sedangkan sebagian besar dinas-dinas Tim Reklame lainnya masih belum melaksanakan pengawasan izin reklame sepenuhnya sesuai dengan kewenangannya masing-masing.

## III. Penetapan Standar Pelaksanaan Pengawasan Perizinan Reklame

^^

### I.1 Standar Fisik

#### a. Kemampuan Aparat Pengawas Perizinan Reklame:

Kemampuan manajerial dan teknis para pengawas izin reklame dari Satpol PP dan DCKTR Kota Surabaya yang dimiliki masih tergolong standar. Kemampuan ini masih terbatas dan perlu dilakukan pelatihan serta peningkatan pemahaman dan pengetahuan yang memadai mengenai kondisi dan permasalahan perizinan reklame bagi para pegawainya.

#### b. Tingkat Pendidikan Aparat Pengawas Perizinan Reklame:

Dari keseluruhan jumlah pegawai Satpol PP Kota Surabaya sebanyak 172 orang, terdapat 114 orang yang memiliki tingkat pendidikan terakhir

Sekolah Menengah Atas (SMA). Rata-rata tingkat pendidikan tersebut, sudah cukup baik pada masa sekarang. Akan tetapi, rata-rata tingkat pendidikan tersebut lebih baik ditingkatkan lagi, minimal hingga setara jenjang Strata 1 (S1). Hal ini bertujuan agar daya analisa serta pola pikir para pegawai semakin berkembang dan meningkat dalam pelaksanaan pengawasan izin reklame di kota Surabaya.

c. Intensitas Pelatihan dan Pengembangan Aparat Pengawas Perizinan

Reklame:

Intensitas pelatihan dan pengembangan diri bagi aparat pengawas izin reklame yaitu Satpol PP Kota Surabaya masih kurang dan belum merata dilakukan pada seluruh pegawai. Dari total keseluruhan pegawai yang berjumlah 538 orang, hanya 285 orang yang pernah mengikuti diklat. Sehingga intensitas pelatihan dan pengembangannya masih sangat kurang dan minim sekali dilakukan secara merata pada para pegawainya.

d. Kuantitas Aparat Pengawas Perizinan Reklame:

Jumlah pegawai Satpol PP dalam pengawasan izin reklame masih sangat terbatas jumlahnya yaitu sebanyak 21 orang. 21 orang tersebut dibagi menjadi 3 kelompok yang masing-masing berjumlah 7 orang dalam menjalankan pengawasan izin reklame di seluruh kawasan kota Surabaya. Sehingga pengawasan izin reklame menjadi belum efektif, dikarenakan keterbatasan jumlah pegawai pengawas izin reklame yang ada.

e. Kelayakan Peralatan Pengawasan Perizinan Reklame:

Kondisi peralatan pengawasan izin reklame, salah satunya yaitu kendaraan operasional sudah tidak layak digunakan lagi. Hal ini dikarenakan usia kendaraan yang sudah tua sejak tahun 2000 awal dan digunakan setiap harinya dalam melakukan pengawasan izin reklame. Ketidaklayakan peralatan pengawasan juga terdapat pada HT dan tang yang sering rusak dan terbatas jumlahnya sehingga tidak layak digunakan.

f. Kecanggihan Peralatan Pengawasan Perizinan Reklame:

Peralatan pengawasan izin reklame yang digunakan masih manual dan belum sepenuhnya menggunakan peralatan canggih lainnya, sehingga peralatan yang digunakan sebagian besar masih mengandalkan tenaga para pegawai Satpol PP dalam melakukan pengawasan izin reklame.

## I.2 Standar Waktu

a. Kecepatan Pelaksanaan Pengawasan Perizinan Reklame:

Kecepatan pelaksanaan pengawasan reklame masih kurang. Hal ini dikarenakan keterbatasan jumlah SDM Satpol PP yaitu sebanyak 21 orang. Dengan jangkauan dan rute pengawasan yang dilakukan diseluruh kawasan kota Surabaya setiap harinya, tentunya hal tersebut kurang efektif. Sehingga jumlah izin reklame yang diawasi masih belum efektif dengan jumlah SDM yang tersedia.

b. Ketepatan Waktu Pelaksanaan Pengawasan Perizinan Reklame:

Ketepatan waktu pelaksanaan pengawasan izin reklame sudah cukup baik. Akan tetapi, ketepatan waktu pengawasan ini masih diawasi sepenuhnya oleh pimpinan Satpol PP Kota Surabaya. Ketepatan pengawasan ini berupa pengembalian kendaraan operasional dan peralatan pengawasan, karena jika tidak diawasi maka ketepatan waktu pengawasan masih belum dapat berjalan dengan baik.

c. Intensitas Pelaksanaan Pengawasan Perizinan Reklame:

Pelaksanaan pengawasan izin reklame masih belum intensif dan merata dilakukan. Hal ini dikarenakan, setiap harinya Satpol PP hanya mengawasi reklame pada satu kecamatan saja setiap harinya. Sehingga menimbulkan pelanggaran reklame di kecamatan atau wilayah lainnya yang tidak diawasi.

I.3 Standar Moneter

a. Sumber Pendapatan Pengawasan Perizinan Reklame:

Sumber pendapatan ini berasal APBD yang dianggarkan setiap tahunnya. Akan tetapi, anggaran pengawasan izin reklame tidak meningkat setiap tahunnya oleh Satpol PP Kota Surabaya dikarenakan anggaran lebih ditujukan pada gaji pegawai. Sehingga anggaran pengawasan izin reklame masih sangat terbatas jumlahnya.

b. Biaya Tenaga Kerja Pengawasan Perizinan Reklame:

Biaya tenaga kerja atau gaji pegawai Satpol PP Kota Surabaya ditetapkan berdasarkan Upah Minimum Regional (UMR) Kota

Surabaya. Akan tetapi, tidak terdapat insentif tambahan khusus dalam kegiatan pengawasan izin reklame sehingga pegawai Satpol PP merasa kurang termotivasi dalam melakukan pengawasan tersebut.

c. Biaya Operasional Pengawasan Perizinan Reklame:

Jumlah biaya operasional yang dianggarkan dalam pengawasan izin reklame masih sangat terbatas. biaya operasional perawatan kendaraan hanya dianggarkan sebesar 2 juta rupiah tiap 4 bulan sekali untuk seluruh unit kendaraan Satpol PP Kota Surabaya yang berjumlah 50 unit kendaraan.

2. Penentuan Pengukuran Pelaksanaan Pengawasan Perizinan Reklame:

Penentuan pengukuran pelaksanaan pengawasan izin reklame diukur dari seberapa banyaknya reklame yang ditertibkan setiap harinya. Satpol PP Kota Surabaya menetapkan target penertiban reklame setiap tahunnya. Sehingga kelemahan dari sistem ini adalah adanya penyalahgunaan jumlah reklame yang berhasil ditertibkan jika tidak diawasi secara langsung oleh pimpinan Satpol PP Kota Surabaya. dengan melihat banyaknya jumlah reklame yang ditertibkan, berarti jumlah pelanggaran reklame meningkat sehingga mempengaruhi efektifitas pengawasan izin reklame.

3. Pengukuran Pelaksanaan Pengawasan Perizinan Reklame:

Pengukuran pengawasan izin reklame dilakukan dengan melakukan patroli (observasi langsung) oleh Satpol PP Kota Surabaya. Selanjutnya, hasil pengawasan izin reklame Satpol PP dilaporkan kepada DCKTR Kota Surabaya

melalui dokumentasi via media sosial ( *Whatsapp, BB Messenger, website resmi* dan lainnya) serta berupa laporan tertulis.

#### 4. Perbandingan Pelaksanaan dengan Standar Pengawasan Perizinan Reklame:

Perbandingan ini dilakukan dengan cara mengetahui banyaknya jumlah pelanggaran reklame dengan standar pengawasan izin reklame yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil perbandingan jumlah pelanggaran reklame di lapangan dengan standar fisik, waktu dan moneter pengawasan izin reklame. Maka dapat disimpulkan bahwa pengawasan izin reklame masih belum efektif jika diukur dari standar-standar pengawasan yang telah ditetapkan.

#### 5. Pengambilan Tindakan Koreksi Pengawasan Perizinan Reklame:

Pengambilan tindakan koreksi dalam pengawasan izin reklame dilakukan melalui penertiban reklame yang melanggar. Tindakan koreksi berupa penertiban tersebut dilakukan untuk mengurangi penyimpangan atau pelanggaran reklame lainnya. Tindakan koreksi ini melibatkan Satpol PP dan DCKTR serta dinas-dinas Tim Reklame lainnya dengan pertimbangan berdasarkan Perwalikota Surabaya No.76 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya No. 79 Tahun 2012 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Tindakan korektif ini juga dapat dilakukan dengan menambah jumlah SDM pengawas, menambah intensitas pengawasan menjadi lebih merata pada seluruh kawasan di kota Surabaya setiap harinya, menambah jumlah biaya operasional pengawasan izin reklame dan sebagainya.

#### IV. Efektifitas Pengawasan Perizinan Reklame:

Perbandingan tingkat *input* dan *ouput* pengawasan perizinan reklame masih belum sebanding dan belum merata. Hal ini dikarenakan keterbatasan jumlah SDM pengawasan izin reklame, keterbatasan peralatan pengawasan, minimnya biaya operasional yang dimiliki dibandingkan dengan banyaknya rute dan jadwal pengawasan yang dilakukan. Adanya perbedaan jumlah *input* dan *output* tersebut, menyebabkan masih banyaknya pelanggaran reklame tak berizin di kota Surabaya. Sehingga pencapaian tujuan pengawasan perizinan reklame masih belum efektif dicapai.

#### IV.2 Saran

Melihat dari hasil penelitian diatas, peneliti memberikan saran berkaitan dengan pengawasan izin reklame. Saran ini ditujukan kepada oleh Tim Reklame dan Satpol PP Kota Surabaya selaku petugas pengawasan izin reklame. Saran peneliti dijabarkan sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang (DCKTR) Kota Surabaya selaku Ketua dan Sekretaris Tim Reklame untuk mengajukan penambahan jumlah SDM dalam melakukan pengawasan perizinan reklame kepada Pemkor Surabaya
2. Disarankan kepada Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang (DCKTR) Kota Surabaya untuk mengajukan penambahan jumlah anggaran dalam kegiatan pengawasan izin reklame kepada Pemkot Surabaya.
3. Disarankan kepada Satpol PP Kota Surabaya untuk mengajukan penambahan jumlah personil (SDM) pengawasan reklame menjadi kurang

lebih 50-70 orang dan meningkatkan intensitas pelatihan dan pengembangan bagi para pegawainya kepada Pemkot Surabaya.

4. Disarankan kepada Satpol PP Kota Surabaya, untuk mengajukan penambahan jumlah sarana pengawasan berupa kendaraan operasional dan menggunakan peralatan pengawasan yang lebih canggih kepada Pemkot Surabaya agar memudahkan proses pengawasan izin reklame.
5. Disarankan kepada Satpol PP untuk mengajukan penambahan jumlah anggaran biaya operasional dan jumlah insentif anggaran gaji pegawai kepada Pemkot Surabaya, agar personil Satpol PP lebih termotivasi dalam melakukan pengawasan izin reklame lebih efektif.

### **IV.3 Implikasi**

#### **IV.3 Implikasi Akademis**

Penelitian ini dapat memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu administrasi negara, terutama untuk mendeskripsikan efektifitas pengawasan perizinan reklame di Kota Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan mengenai efektifitas pengawasan perizinan reklame selama ini dilakukan berdasarkan indikator pengawasan yang efektif. Penelitian ini menggunakan teori kebijakan perizinan, pengawasan kebijakan perizinan, indikator pengawasan kebijakan perizinan yang efektif dan efektifitas pengawasan kebijakan perizinan yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Dengan demikian, penelitian ini mampu memberikan sumbangan akademis yang komprehensif dalam mengaplikasikan kajian mengenai efektifitas pengawasan izin reklame di Kota Surabaya.

### **IV.3.2. Implikasi Praktis**

Hasil penelitian ini merupakan temuan terkait efektifitas pengawasan perizinan reklame di Kota Surabaya berdasarkan data primer dan sekunder dari informan kunci di Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya, Satpol PP Kota Surabaya dan informan pendukung dari Asosiasi Reklame yaitu P3I dan PURI. Hasil laporan ini memberikan masukan bagi Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya selaku Ketua sekaligus Sekretaris Tim Reklame dan Satpol PP Kota Surabaya khususnya, dalam melakukan perbaikan terkait pengawasan perizinan reklame.

Dengan demikian, diharapkan menjadi sumber masukan untuk mendeskripsikan mengenai efektifitas pengawasan perizinan reklame di Kota Surabaya. Sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan perbaikan terhadap penambahan jumlah aparat pengawas reklame, menambah intensitas pelatihan dan pengembangan diri bagi pegawai, memperbaiki peralatan pengawasan dari segi kualitas maupun kuantitas serta penambahan biaya operasional pengawasan agar pengawasan perizinan reklame menjadi lebih efektif.