

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini adalah hasil riset dan penelitian yang pernah dilakukan dalam penelitian pada peneliti sebelumnya. Sehingga hasil penelitian ini akan didapatkan keterkaitan dengan karya ilmiah di atas dan menjadi pembeda dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun karya ilmiah yang dimaksud adalah sebagai berikut.

Penelitian terdahulu yang **pertama** Ridwan et al., (2020) yang berjudul Efektivitas Satpol PP dalam penertiban PKL di pasar peureulak, Aceh Timur . Penelitiannya menggunakan Metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap delapan informan dan juga hasil penelitiannya menunjukkan penertiban dilakukan menggunakan 2 strategi utama, yaitu penertiban langsung dan sosialisasi relokasi dan juga melakukan dengan pendekatan responsivitas, responsibilitas dan akuntabilitas untuk tantangan yang dihadapi adalah kurangnya personil, armada, dan kesadaran masyarakat. Untuk kesamaannya dengan penelitian yang saya lakukan adalah fokus terhadap efektivitas kinerja Satpol PP sebagai pelaksana penertiban untuk perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah dari sisi objeknya penelitian ini PKL sedangkan Penelitian saya Reklame dan juga perbedaan di lokasi penelitian di Aceh Timur sedangkan saya di Kota Malang.

Penelitian Terdahulu **kedua** Rismayanti et al., (2022) melakukan Penelitian dengan judul Efektivitas Kinerja Satpol PP dalam Menertibkan PKL di Cikampek Kabupaten Karawang. Penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Indikator efektivitas yang digunakan peneliti mengacu pada konsep dari Dwiyanto Produktivitas, Kualitas Layanan, Responsivitas, Responsibilitas, dan Akuntabilitas. Temuan menunjukkan bahwa penertiban belum efektif karena rendahnya kualitas sumber daya manusia Satpol PP, kurangnya koordinasi antara instansi, dan

ketidakadaan sistem sanksi yang tegas. Permasalahan lain termasuk minimnya lahan untuk relokasi, serta akuntabilitas yang rendah karena tidak adanya laporan dan patroli setelah penertiban. Penelitian ini juga penting karena menjelaskan efektivitas Satpol PP dalam konteks penegakan peraturan daerah, akan tetapi fokusnya adalah pada pedagang kaki lima, bukan reklame, dan lokasinya di Karawang, bukan di Kota Malang.

Penelitian Terdahulu **ketiga** Rahmi & Afandi, (2024) Dalam penelitiannya yang berjudul “Efektivitas Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima Jalan Soebrantas Pekanbaru”, peneliti ini juga menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini mengukur efektivitas berdasarkan indikator yang diajukan oleh Agus Dwiyanto, yaitu produktivitas, kualitas pelayanan, responsivitas, tanggung jawab, dan akuntabilitas. Temuan menunjukkan bahwa kinerja Satpol PP belum menunjukkan efektivitas yang baik akibat terbatasnya jumlah personel, kurangnya fasilitas pendukung, serta sedikitnya partisipasi masyarakat dalam menjaga ketertiban umum. Untuk kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian saya karena keduanya mengevaluasi efektivitas kinerja Satpol PP dalam penertiban. Namun untuk perbedaannya sendiri terletak pada objek yang ditertibkan, di mana riset ini fokus pada PKL, sementara penelitian saya menilai reklame yang ada di Kota Malang.

Selanjutnya penelitian **keempat** Putri & Rahman, (2023) Dalam penelitiannya yang berjudul “Pengawasan Penertiban Pemasangan Reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Kampar”, penulis mengulas proses pengawasan yang dilakukan oleh Satpol PP terhadap pelanggaran reklame di area tersebut. Studi ini menerapkan metode kualitatif deskriptif, dengan cara pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengawasan yang dilakukan belum optimal, disebabkan oleh kelemahan dalam fungsi pengawasan internal, kekurangan jumlah personel, serta rendahnya kesadaran pemilik usaha dalam mengikuti aturan perizinan reklame. Satpol PP Kabupaten Kampar juga menjumpai tantangan berupa kurangnya koordinasi antar sektor,

seperti dengan Dinas Perizinan dan Dinas Tata Ruang. Penelitian ini berkaitan dengan skripsi yang saya tulis karena membahas pengawasan dan penertiban reklame yang dilakukan oleh Satpol PP secara langsung. Perbedaannya ada pada lokasi penelitian (Kabupaten Kampar), sedangkan skripsi ini berfokus pada Kota Malang. Selain itu, fokus penelitian ini lebih pada aspek pengawasan, sementara skripsi penulis meninjau efektivitas kinerja secara keseluruhan.

Kelima Penelitiannya Fajri & Abdullah, (2024) Dalam Penelitiannya yang berjudul “Analisis Tugas Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Iklan di Kecamatan Tampan Pekanbaru”, penulis mengadopsi metode penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari studi ini adalah untuk menilai pelaksanaan tugas Satpol PP dalam menertibkan iklan yang melanggar peraturan di area Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru. Penilaian dilakukan dengan mengacu pada teori William N. Dunn yang meliputi indikator efektivitas, efisiensi, kecukupan, pemerataan, responsivitas, dan ketepatan. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan tugas Satpol PP dalam menertibkan iklan belum berjalan dengan baik. Masih terdapat banyak iklan ilegal yang tidak ditertibkan sepenuhnya. Kendala utama yang dihadapi meliputi jumlah personel yang kurang, infrastruktur yang belum memadai, minimnya sosialisasi kepada masyarakat, serta koordinasi antar sektor yang belum berjalan optimal, terutama dengan instansi yang berhubungan dengan perizinan dan pendapatan daerah. Peneliti ini sangat relevan dengan skripsi yang saya buat karena mengangkat isu penertiban iklan oleh Satpol PP dalam konteks pemerintahan kota. Namun, perbedaannya terletak pada domisili (Pekanbaru dibandingkan Malang) dan pendekatan evaluatif (jurnal ini lebih berfokus pada evaluasi kebijakan, sedangkan skripsi penulis lebih menitikberatkan pada efektivitas kinerja).

Keenam Penelitian yang dilakukan oleh Nadia Pramazuly, (2021) menekankan tentang kemampuan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) di Kabupaten Lampung Selatan dalam menertibkan reklame yang tidak sesuai dengan peraturan di Kecamatan Bakauheni. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana

keberhasilan Satpol PP dalam menerapkan Peraturan Daerah mengenai penyelenggaraan reklame. Penilaian efektivitas dilakukan dengan lima indikator utama, yaitu keberhasilan program, pencapaian target, tingkat kepuasan terhadap program, rasio input dan output, serta keberhasilan pencapaian tujuan secara menyeluruh. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan penertiban oleh Satpol PP telah berjalan dengan cukup baik, walaupun masih terdapat berbagai tantangan di lapangan. Masalah yang dihadapi antara lain adalah jumlah personel yang terbatas, kurangnya fasilitas dan sarana pendukung, serta anggaran yang belum memadai untuk kegiatan rutin seperti patroli dan penghancuran reklame ilegal. Selain itu, penelitian ini juga menekankan perlunya pengembangan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan profesional dan peningkatan koordinasi dengan instansi lainnya seperti Dinas Perizinan dan Dinas Pekerjaan Umum. Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan terletak pada penekanan terhadap efektivitas kinerja Satpol PP dalam penertiban reklame. Namun, perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, di mana studi ini berpusat di Kabupaten Lampung Selatan, sementara penelitian penulis berlangsung di Kota Malang dengan konteks kebijakan dan kondisi sosial yang berbeda.

Ketujuh Penelitian ini berjudul "Keberhasilan Kinerja Satpol PP dalam Pengaturan Bangunan Ilegal di Kabupaten Karawang" yang dipublikasikan dalam Jurnal Ilmu Hukum dan Hak Asasi Manusia Publik (JIHHP). Tujuan dari studi ini adalah untuk menilai tingkat keberhasilan kinerja Satpol PP Kabupaten Karawang dalam melaksanakan pengaturan bangunan yang tidak memiliki izin, berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui cara observasi, wawancara, dokumentasi, dan kajian pustaka. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan tugas Satpol PP cukup efektif karena dilaksanakan dengan cara yang terstruktur dan terencana. Meski demikian, dalam praktiknya, mereka masih menghadapi berbagai tantangan seperti penolakan dari masyarakat, keterbatasan fasilitas, dan kurangnya tenaga kerja pada saat melakukan penertiban. Aspek yang mendukung efektivitas

tersebut datanfg dari kualitas sumber daya manusia yang baik serta adanya koordinasi yang cukup baik, baik secara internal maupun eksternal. Penelitian ini memiliki relevansi dengan isu pada skripsi penulis karena keduanya menilai efektivitas kinerja Satpol PP, tetapi objek yang ditertibkan berbeda. Sementara penelitian ini lebih berfokus pada pengaturan bangunan ilegal, penelitian penulis lebih menekankan pada penertiban pelanggaran reklame di Kota Malang (Hasanah et al., 2024).

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Efektivitas

Menurut Siti Wardatun Hasanah & Selatan, (2022) Efektivitas adalah istilah yang berasal dari kata efektif, yang berarti keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Efektivitas adalah elemen penting untuk meraih tujuan atau target yang telah ditetapkan dalam setiap organisasi, aktivitas, atau program. Efektivitas merujuk pada kapasitas untuk menjalankan tugas dan fungsi (operasional program atau misi) suatu organisasi atau yang serupa, tanpa adanya Push atau tekanan di antara para pelaksana. (Kurniawan, 2005:109) didalam (Muslimin et al., 2024).

Ukuran Efektivitas Menurut *Gibson dan Ivancevich* Donnelly (1985:34).

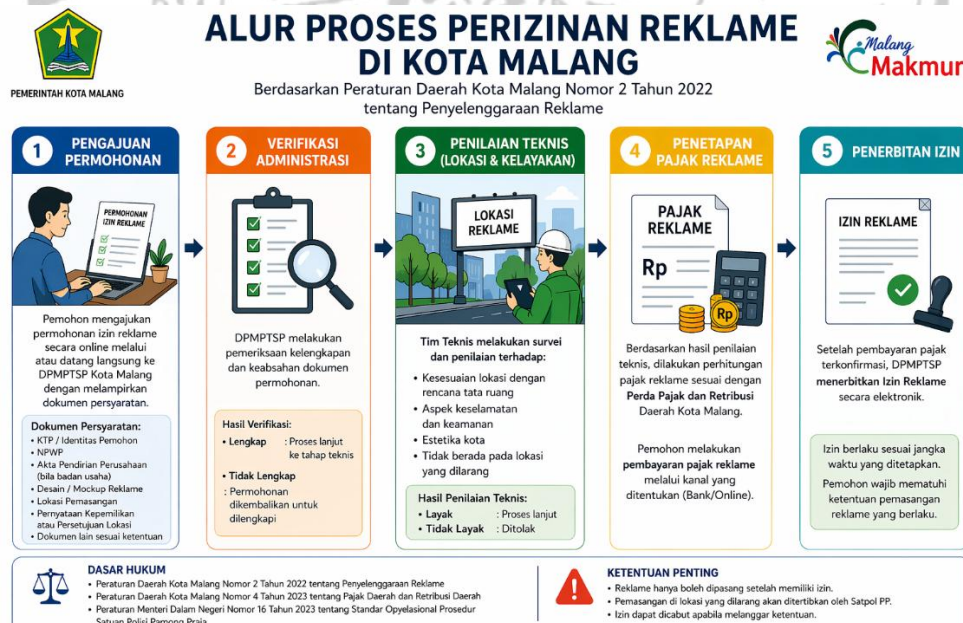
- a. **Produktivitas** adalah merupakan kemampuan organisasi untuk memproduksi jumlah dan mutu output
- b. **Efisiensi** adalah merupakan perbandingan (ratio) antara output dengan input
- c. **Kepuasan** adalah merupakan ukuran untuk menunjukkan tingkat dimana organisasi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.
- d. **Beradaptasi** adalah tingkat dimana organisasi dapat dan benar-benar tanggap terhadap perubahan internal dan eksternal

- e. **Perkembangan** adalah merupakan mengukur kemampuan organisasi untuk meningkatkan kapasitasnya dalam menghadapi tuntutan masyarakat.

2.2.2 Perizinan

Izin dari sudut pandang hukum administrasi adalah sebuah persetujuan yang diberikan oleh otoritas pemerintahan kepada orang atau entitas hukum agar dapat melaksanakan kegiatan yang pada prinsipnya dilarang, tetapi dapat dilakukan dengan memenuhi ketentuan tertentu yang ditetapkan dalam undang-undang (Liah, 2025). Reklame yang sudah mendapatkan izin dianggap sah dan diizinkan untuk dipasang sesuai dengan peraturan yang ada. Sebaliknya, reklame yang tidak memiliki izin dianggap sebagai pelanggaran terhadap peraturan daerah dan bisa dikenakan tindakan administratif seperti penertiban, penyegelan, hingga pembongkaran oleh Satpol PP.

Gambar 3 Tahapan Perizinan



Sumber: Diolah peneliti berdasarkan dari hasil wawancara dengan Informan Anggota Satpol PP Kota Malang

Izin dalam Hukum Administrasi Negara adalah suatu keputusan resmi yang dikeluarkan oleh pihak yang berwenang sebagai bentuk persetujuan hukum untuk individu atau organisasi agar dapat melaksanakan kegiatan tertentu. Kegiatan tersebut pada dasarnya tidak dapat dilakukan tanpa adanya pengesahan dari pemerintah, sehingga izin menjadi alat yang sangat penting dalam mengatur, mengelola, dan memantau berbagai aktivitas dalam masyarakat. Oleh sebab itu, setiap pemberian izin harus berdasarkan pada otoritas yang benar serta mengikuti prosedur yang ditentukan dalam undang-undang agar memiliki kekuatan hukum dan terhindar dari masalah administratif. (Hukum & Administrasi, 2024)

2.2.3 Strategi Penertiban Reklame

Strategi Penertiban reklame adalah suatu rangkaian tindakan terstruktur yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan lembaga terkait, terutama Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP), untuk menegakkan aturan hukum dan menjaga keteraturan dalam penyelenggaraan reklame di area perkotaan. Rencana ini mencakup tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap kegiatan penempatan reklame agar sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku. Penegakan reklame tidak hanya bertujuan untuk menindak pelanggaran seperti pemasangan tanpa izin, pelanggaran zonasi, atau penghindaran pajak, tetapi juga untuk memastikan pemenuhan aspek keselamatan, keindahan kota, dan keteraturan masyarakat (Wijayanah & Basuki, 2021).

Strategi pengawasan dan penegakan reklame yang efektif perlu didukung oleh penerapan regulasi yang ketat, sistem perizinan yang jelas, dan peningkatan kepatuhan dari para pelaku usaha terhadap ketentuan pajak reklame. Selain itu, pengaturan reklame juga menekankan pentingnya koordinasi Dinas terkait, serta Satpol PP yang berperan dalam pelaksanaan di lapangan (Pariadi et al., 2024). Pemerintah daerah biasanya membentuk tim gabungan untuk mengawasi, menertibkan, dan

mengevaluasi keberadaan reklame di lokasi tertentu. Usaha ini juga disertai dengan kegiatan sosialisasi dan pembinaan kepada pelaku usaha agar mereka lebih memahami kewajiban dalam memperoleh izin serta dampak negatif dari reklame ilegal terhadap tata ruang kota. Dengan adanya strategi yang terorganisir dan koordinasi yang efektif, pengaturan reklame diharapkan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), memperkuat citra kota yang teratur dan menarik, serta menciptakan lingkungan perkotaan yang aman dan nyaman bagi penduduk (Aceh, 2020)

2.2.4 Pengertian Reklame

Reklame merupakan benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu. Reklame ini merupakan jenis komunikasi yang dirancang untuk menyampaikan pesan, gagasan, atau informasi tentang produk atau layanan demi menarik perhatian banyak orang (NIAM ANNAVI MUHAMMADI, 2023). Bentuk media reklame bervariasi, termasuk gambar seperti banner, neon box, dan video tron yang ada di jalanan juga tulisan, atau suara yang diatur untuk memperkenalkan dan mempromosikan barang, jasa, atau entitas tertentu secara komersial sehingga dapat dikenal dan menarik minat masyarakat yang banyak di pasang di tempat-tempat Strategis agar banyak masyarakat yang tertarik disaat melihat atau membaca Reklame tersebut (Arya, 2023).

Reklame adalah jenis media promosi yang berukuran besar dan biasanya dipasang di lokasi dengan banyak lalu lintas, seperti di persimpangan jalan atau tepi jalan utama. Kata ini berasal dari bahasa Latin *re-clamare* yang berarti panggilan berulang. Secara umum, reklame dapat dipahami sebagai alat komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan singkat kepada masyarakat secara terus-menerus melalui berbagai bentuk media seperti teks, suara, atau gambar visual. Umumnya, reklame dirancang dengan cara yang menarik agar pesan yang disampaikan baik itu

mengenai produk, layanan, atau ide mudah diingat oleh publik (Fadeli et al., 2022). Reklame dapat diartikan sebagai alat untuk menyampaikan informasi yang terdiri atas gambar, teks, atau suara dengan maksud menarik perhatian banyak orang.

Beberapa pakar berpendapat bahwa reklame adalah proses memperkenalkan produk, layanan, atau gagasan tertentu agar dikenal oleh publik dan menarik minat masyarakat. Selain itu, reklame mencakup beragam media atau tindakan yang digunakan untuk memperkenalkan atau mempromosikan suatu produk, layanan, atau individu dengan tujuan komersial, selama dapat dilihat, dibaca, atau didengar oleh masyarakat umum (Scribano & Korstanje, 2023). Reklame adalah bentuk media promosi yang berada di luar ruangan dan berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat, terutama di daerah kota. Dengan penggunaan elemen visual seperti teks dan gambar, reklame mampu menarik minat publik serta membentuk persepsi masyarakat tentang produk atau layanan yang diiklankan (Eka & Indriani, 2024).

2.2.5 Peran Satpol PP Dalam menegakkan hukum

Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) mempunyai peran yang sangat penting dalam menegakkan peraturan daerah serta menjaga ketertiban di masyarakat. Sebagai bagian dari lembaga pemerintah daerah, Satpol PP bertugas mendukung kepala daerah dalam menerapkan Peraturan Daerah (PERDA), menciptakan keamanan dan ketertiban umum, serta melindungi masyarakat dari berbagai pelanggaran yang bisa mengganggu kenyamanan publik. Dalam menjalankan tugasnya, Satpol PP tidak hanya fokus pada tindakan sanksi, tetapi juga menjalankan fungsi pembinaan dan pencegahan agar masyarakat sadar dan mematuhi aturan yang ada.

Kegiatan pengawasan dan penertiban dilakukan melalui patroli rutin, pengawasan langsung di lapangan, serta penindakan atas pelanggaran yang ditemukan, seperti pemanfaatan fasilitas umum yang tidak sesuai

dengan ketentuan. Semua tindakan ini dilaksanakan dengan pendekatan yang persuasif dan manusiawi, di mana petugas lebih mengutamakan edukasi dan dialog ketimbang penggunaan kekerasan, sehingga proses penegakan hukum dapat berlangsung tanpa menimbulkan konflik antara aparat dan masyarakat (Satria et al., 2025). Satpol PP memiliki kontribusi yang signifikan dalam penerapan Peraturan Daerah, Melalui otoritas yang diatur dalam peraturan tersebut, Satpol PP melaksanakan tugas pengawasan, pendampingan, serta pengamatan terhadap pelaksanaan kebijakan dan program pemerintah setempat.

Selain berfungsi sebagai penegak hukum di daerah, Satpol PP juga bertanggung jawab dalam menciptakan ketertiban sosial dan memastikan masyarakat mematuhi peraturan hukum yang ada. Oleh karena itu, perannya tidak hanya terfokus pada aspek hukum semata, tetapi juga mendukung stabilitas sosial dan kesejahteraan masyarakat di area tanggung Menurut Asep, (2019). Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) memiliki fungsi utama yang sangat penting dalam penegakan hukum di daerah dengan melakukan pengawasan dan penertiban. Sebagai penegak Peraturan Daerah (PERDA), Satpol PP memiliki tanggung jawab untuk menjaga ketertiban dan keamanan di lingkungan masyarakat.

Tugas ini dilakukan dengan memastikan bahwa berbagai kegiatan, seperti aktivitas tempat hiburan malam dan warung remang-remang, tidak melanggar peraturan yang ada. Secara khusus, mereka bertanggung jawab untuk mengurangi tindakan ilegal, termasuk penyalahgunaan izin, pelanggaran terhadap jam operasional, dan kegiatan yang melanggar hukum seperti prostitusi atau penggunaan narkoba, yang dapat mengganggu ketertiban masyarakat. Oleh karena itu, Satpol PP berfungsi sebagai lembaga pengawas yang sangat penting untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan daerah dan mengurangi aktivitas yang melanggar hukum di daerah tertentu (Rosidin et al., 2025).

2.2.6 Jenis-Jenis Reklame

Jenis Reklame adalah papan iklan seperti billboard atau kotak neon, baliho besar, media yang terbuat dari kain, brosur promosi, serta iklan yang ditempelkan seperti stiker dan poster. Di samping itu, ada juga iklan yang dipasang pada kendaraan, iklan udara, iklan yang menunjukkan demonstrasi langsung, iklan berbasis suara, serta media elektronik seperti megatron dan multivision. Bentuk lain yang juga masuk dalam kategori iklan adalah grafiti atau mural yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap produk atau layanan tertentu (Ariani et al., 2022).

Menurut Kasim & Kamal, (2024) Reklame juga mempunyai Sifat 2 (dua) yaitu Reklame tetap dan reklame insidentil. Reklame tetap yaitu papan iklan seperti banner yang terpasang di pinggir jalan dan sudah ada frame besi atau contoh seperti *neon box* atau *billbord*, reklame pada kendaraan, serta media elektronik seperti *megatron*, *multivision*, dan *grafiti* yang melekat pada bangunan. yang bersifat tetap tidak bisa dipindah pindah untuk reklame tetap sendiri mempunyai masa izin selama 1 (satu) tahun sedangkan reklame insidentil yaitu reklame yang mudah dipindah pindah kurang lebih pemanfaatannya sama untuk mempromosikan barang yang akan dijual oleh pelaku usaha reklame insidentil kebanyakan dipasang di pinggir jalan.

Seperti banner rokok yang terpasang di bambu untuk izinnya sendiri tidak begitu lama reklame insidentil sendiri terdiri dari media yang sementara seperti *baliho*, *Spanduk kain*, *sticker*, *poster* dan reklame insidentil juga banyak salah penempatan pemasangan memasang banner di tempat larangan seperti pohon, tiang listrik, dan melintang di jalan raya yang merusak estetika kota dan juga bisa membahayakan saat talinya putus terhadap masyarakat di sekitar jalan tersebut (Diponestu, 2023). Reklame atau iklan yang berada di luar ruangan merupakan alat komunikasi visual yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap produk atau layanan tertentu melalui media yang terlihat di tempat umum.

Media yang sering digunakan antara lain papan iklan seperti *billboard* dan *neonbox*, *spanduk*, *baliho*, *poster*, *pamflet*, serta jenis lain yang dipasang di lokasi strategis di perkotaan. Seiring dengan perkembangan zaman, telah muncul bentuk reklame baru yang inovatif seperti lukisan dinding, yang menampilkan logo atau pesan promosi pada bangunan di tepi jalan. Media ini termasuk dalam kategori non-tradisional karena menggabungkan unsur seni mural dengan tujuan komersial untuk meningkatkan citra merek di ruang publik (Ariprahara, 2012).

2.2.7 Manfaat Reklame Dalam Pengembangan Perekonomian

Manfaat reklame dalam pengembangan perekonomian ada dua mengenai pajak reklame itu bisa meningkatkan perekonomian daerah, Reklame memiliki peranan yang penting dalam kemajuan ekonomi suatu daerah, terutama sebagai alat fiskal yang esensial bagi pemerintah. Dengan adanya Pajak Reklame, reklame menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang langsung menambah anggaran daerah untuk mendukung proyek pembangunan dan pelayanan masyarakat. Selain itu, tingginya penerimaan Pajak Reklame menunjukkan aktivitas usaha dan promosi yang aktif di daerah itu, yang menggambarkan pertumbuhan sektor perdagangan dan bisnis.

Meskipun penerimaan dari pajak ini dapat beragam akibat keadaan ekonomi (seperti krisis kesehatan), potensi besar pendapatan dan kemampuannya untuk kembali melebihi target membuatnya menjadi elemen pendapatan yang kuat dan penting untuk kemandirian finansial daerah (Valentina et al., 2022), dan juga reklame mempunyai peranan penting bagi pengembangan perekonomian masyarakat Manfaat iklan untuk kemajuan ekonomi masyarakat secara tidak langsung sangat berkaitan dengan fungsi iklan sebagai salah satu sumber pendapatan Pajak Daerah. Uang yang diperoleh dari Pajak Iklan digunakan sebagai Pendapatan Asli Daerah (PAD).

PAD ini selanjutnya dimanfaatkan oleh pemerintah daerah untuk mendanai program pembangunan, menjaga infrastruktur, dan meningkatkan kualitas pelayanan publik. Dengan adanya sumber dana yang konsisten dan efisien dari sektor pajak iklan, pemerintah dapat menciptakan situasi yang lebih teratur dan mendukung, yang akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis lokal, memperluas kesempatan kerja, dan secara keseluruhan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di area tersebut (Tukan & Agustina Suparyati, 2024).

Menurut Tsalis Muhammad Abror, (2023) Reklame memainkan peranan ganda dalam perkembangan ekonomi. Dari sisi komersial, reklame berfungsi sebagai sarana utama bagi pelaku usaha untuk memasarkan dan meningkatkan pengenalan produk atau layanan mereka di tempat-tempat strategis, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan serta kemajuan bisnis di tingkat lokal. Dari sudut pandang fiskal, reklame menjadi sumber penting bagi Pajak Daerah yang merupakan elemen vital dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pendapatan pajak ini menjamin bahwa pemerintah daerah memiliki sumber daya untuk mendanai pembangunan dan aktivitas pemerintahan, seperti pembangunan infrastruktur serta penciptaan lapangan kerja, yang pada akhirnya bertujuan untuk kesejahteraan dan peningkatan kehidupan seluruh masyarakat.