MANAJEMEN STRATEGI SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM PENERTIBAN REKLAME TIDAK BERIZIN DI KABUPATEN MAGELANG PROVINSI JAWA TENGAH

Rizka Afifah Zahrani
NPP. 33.0480
Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong
Email: rrizka529@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Dr. Ninuk Triyanti, S.H., M.Hum.
Email: ninuk.za@gmail.com

ABSTRACT

Problem Statement (Kesenjangan Penelitian/Research Gap): *This study focuses on the high incidence of unauthorized billboard advertisements in Magelang Regency, which negatively affect spatial aesthetics, public order, and community safety.* ***Objective:*** *This study aims to analyze the strategic management of the Civil Service Police Unit (Satpol PP) in controlling unauthorized billboard advertisements in Magelang Regency.* ***Method:*** *This research employed a descriptive qualitative approach with data collected through interviews, observations, and documentation. Data analysis was based on Fred R. David's strategic management theory, which includes strategy formulation, implementation, and evaluation.* ***Results:*** *The findings indicate that during the strategy formulation stage, Satpol PP has established a vision and mission that serve as guidelines for enforcement activities, supported by clear regulations, personnel, and organizational structures. However, from an external perspective, there remains a low level of awareness among business actors regarding billboard licensing regulations. The strategies implemented include preventive, persuasive, and repressive approaches communicated through internal coordination. During the implementation stage, enforcement activities were carried out through public outreach, warning letters, and the removal of billboards that violated regulations. These activities were supported by available human resources, although limitations in facilities, infrastructure, and budget were still encountered. During the evaluation stage, Satpol PP conducted regular monitoring and enforcement activities to assess the compliance level of business actors. The evaluation results revealed recurring violations, indicating the need for strengthened supervision and enhanced inter-agency coordination.* ***Conclusion:*** *The strategic management of Satpol PP in controlling unauthorized billboard advertisements in Magelang Regency has not yet been fully optimal. Therefore, greater compliance among business actors, stronger resource support, and improved inter-agency coordination are required to enhance the effectiveness of billboard enforcement efforts.*

Keywords: *Strategic Management; Controlling; Advertisements*

ABSTRAK

Permasalahan (Kesenjangan Penelitian/*Research Gap*): Penelitian ini berfokus pada tingginya pelanggaran reklame tidak berizin di Kabupaten Magelang yang berdampak pada estetika tata ruang, ketertiban umum, dan keselamatan masyarakat. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam penertiban reklame tidak berizin di Kabupaten Magelang. **Metode:** Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data mengacu pada teori manajemen strategi Fred R. David yang meliputi formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap formulasi strategi, Satpol PP telah memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman pelaksanaan penertiban, didukung oleh regulasi, personel, dan struktur organisasi yang jelas. Namun, dari sisi eksternal masih ditemukan rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap perizinan reklame. Strategi yang diterapkan meliputi pendekatan preventif, persuasif, dan represif yang dikomunikasikan melalui koordinasi internal. Pada tahap implementasi, penertiban dilakukan melalui sosialisasi, pemberian surat teguran, hingga pembongkaran reklame yang melanggar ketentuan. Pelaksanaan kegiatan didukung sumber daya manusia yang tersedia, meskipun masih terdapat keterbatasan sarana prasarana dan anggaran. Pada tahap evaluasi, Satpol PP melakukan monitoring dan penertiban rutin untuk mengukur tingkat kepatuhan pelaku usaha. Hasil evaluasi menunjukkan masih adanya pelanggaran berulang sehingga diperlukan peningkatan pengawasan dan koordinasi lintas instansi. **Kesimpulan:** Manajemen strategi Satpol PP dalam penertiban reklame tidak berizin di Kabupaten Magelang belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kepatuhan pelaku usaha, penguatan sumber daya, serta optimalisasi koordinasi antarinstansi guna meningkatkan efektivitas penertiban reklame.

Kata kunci: Manajemen Strategi; Penertiban; Reklame.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi mendorong perluasan jaringan perdagangan antarnegara dan memacu pertumbuhan ekonomi daerah secara signifikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan ekonomi Indonesia tercatat sebesar 5,11 persen pada tahun 2025 (Badan Pusat Statistik, 2026). Dinamika pertumbuhan ini tercermin dari meningkatnya aktivitas usaha dan iklim investasi di berbagai wilayah publik, yang pada gilirannya memicu persaingan bisnis antar-pelaku usaha. Untuk memenangkan persaingan tersebut, penggunaan media periklanan luar ruang, khususnya reklame, tetap menjadi pilihan utama dan instrumen promosi yang dinilai paling efektif oleh para pelaku usaha dalam menarik minat konsumen secara visual di lokasi-lokasi strategis (Decker et al., 2015).

Kabupaten Magelang merupakan salah satu wilayah strategis di Provinsi Jawa Tengah yang memberikan kontribusi sebesar 2,42 persen terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) provinsi dengan pertumbuhan ekonomi daerah mencapai 5,89 persen (BPS Kabupaten Magelang, 2026). Potensi ekonomi yang besar ini tidak terlepas dari keberadaan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Candi Borobudur, yang telah diakui sebagai warisan dunia oleh UNESCO sejak tahun 1991 (Hinton et al., 2024). Sektor pariwisata yang bergerak masif ini ikut menggerakkan roda perdagangan, perhotelan, dan jasa di sekitarnya, sehingga meningkatkan kebutuhan ruang visual publisitas yang sangat tinggi melalui pemasangan berbagai media reklame komersial di sepanjang jalur-jalur protokol.

Namun, tingginya aktivitas pemasangan reklame ini tidak diimbangi dengan kepatuhan administrasi terhadap regulasi perizinan dan tata ruang yang berlaku. Permasalahan maraknya reklame tidak berizin telah menjadi fenomena nasional yang mengganggu estetika dan ketertiban kota. Sebagai komparasi, di Yogyakarta dari sekitar 335 titik reklame tidak berizin, baru 51 titik yang berhasil ditertibkan (BPK Perwakilan D.I. Yogyakarta, 2025). Di Kota Bandung, tercatat sedikitnya 23 papan reklame besar diduga kuat ilegal dan menyalahi prosedur lokasi (Sheykhfard et al., 2024). Sementara di Kota Bekasi, terdapat kondisi yang lebih memprihatinkan di mana lebih dari 1.000 reklame dari total 1.788 unit yang berdiri terbukti tidak mengantongi dokumen Persetujuan Bangunan Gedung (Wen & Xie, 2020).

Kondisi serupa terjadi di Kabupaten Magelang, di mana Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) telah melaksanakan 92 kali kegiatan operasi penertiban dengan total menyita 1.531 unit reklame ilegal sepanjang periode Januari 2025 hingga Maret 2026. Meskipun tindakan represif non-yustisial telah digalakkan secara masif, pelanggaran pemasangan reklame tanpa izin baru tetap terus berulang di lokasi yang sama. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen strategi penegakan hukum yang diterapkan selama ini masih menemui jalan buntu dan belum sepenuhnya efektif dalam memberikan efek jera terhadap para pelaku usaha maupun vendor periklanan (Marciano, 2020).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 tentang Satuan Polisi Pamong Praja, lembaga ini diberikan mandat dan kewenangan penuh untuk melakukan tindakan penertiban nonyustisial terhadap segala bentuk pelanggaran Peraturan Daerah serta Peraturan Kepala Daerah. Mengingat pentingnya menjaga estetika wilayah pariwisata internasional, keselamatan pengguna jalan dari konstruksi reklame yang rawan roboh, serta optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD), maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif manajemen strategi Satpol PP dalam penertiban reklame tidak berizin di Kabupaten Magelang serta mengidentifikasi berbagai faktor penghambat dalam pelaksanaannya.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (*Research Gap*)

Penulis berfokus pada permasalahan tingginya pelanggaran reklame tidak berizin di Kabupaten Magelang yang berdampak pada rusaknya estetika tata ruang, gangguan ketertiban umum, serta risiko keselamatan masyarakat akibat konstruksi reklame yang asal-asalan. Di sisi lain, penyelenggaraan ketertiban umum dan kepatuhan perizinan reklame merupakan salah satu program prioritas pemerintah daerah demi menjaga marwah kewibawaan daerah serta optimalisasi Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Simangunsong et al., 2025).

Ada beberapa permasalahan berkaitan dengan tata kelola manajemen strategi Satpol PP dalam mengawal penegakan regulasi ini. Faktor keterbatasan sarana prasarana merupakan salah satunya. Satpol PP Kabupaten Magelang sama sekali belum memiliki alat berat mandiri seperti mobil crane untuk merobohkan papan reklame atau baliho permanen berukuran besar. Hal ini berimplikasi pada lambatnya penindakan karena setiap kali eksekusi skala besar dilakukan, Satpol PP harus mengajukan birokrasi peminjaman alat ke Dinas Pekerjaan Umum (DPU) yang memakan waktu cukup lama (Gatiningsih, 2022).

Kurangnya kepatuhan dan kesadaran hukum dari para pelaku usaha menjadi permasalahan berikutnya. Sudah menjadi rahasia umum bahwa penyelenggara reklame sering kali sengaja kucing-kucingan dengan petugas; mereka nekat memasang reklame tanpa izin pada akhir pekan atau malam hari demi menghindari retribusi daerah dan pengawasan operasional petugas. Masalah ini diperparah oleh kendala geografis wilayah Kabupaten Magelang yang sangat luas mencakup 21 kecamatan. Keterbatasan personel lapangan membuat patroli intensif hanya berpusat di area perkotaan, sedangkan

wilayah pinggiran atau pedesaan jarang terjamah rutin, sehingga menjadi lahan subur bagi maraknya reklame ilegal (Prabowo et al., 2022).

Selanjutnya, fenomena yang terjadi pada sistem administrasi internal adalah adanya ego sektoral atau rantai koordinasi yang lamban antarinstansi terkait. Satpol PP selaku eksekutor di lapangan tidak memegang data perizinan secara real-time. Mereka harus meminta secara manual dan menunggu verifikasi data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) sebelum membongkar reklame yang dicurigai melanggar (Hutasoit, 2023).

Meskipun beberapa studi terdahulu telah membahas penegakan Perda ketertiban umum secara makro, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji penerapan manajemen strategi secara komprehensif (formulasi, implementasi, hingga tindakan korektif evaluatif) berdasarkan teori Fred R. David pada lokus Kabupaten Magelang yang memiliki karakteristik geografis luas dan ketergantungan alat antarinstansi (Kansil & Hein Pusung, 2021).

1.3. Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan sekarang untuk memberikan gambaran empiris mengenai efektivitas manajemen strategi Satpol PP Kabupaten Magelang dalam penertiban reklame tidak berizin sebagai dasar perumusan kebijakan strategis ke depan. Jika penelitian ini tidak dilaksanakan, maka pemerintah daerah dan pemangku kebijakan akan kekurangan basis data empiris yang kuat untuk mengevaluasi kegagalan penertiban yang berulang. Akibatnya, perumusan strategi penegakan Perda berisiko terus berjalan tidak tepat sasaran, kebocoran PAD dari sektor pajak reklame akan terus berlanjut, dan estetika serta keselamatan ruang publik di Kabupaten Magelang akan semakin tergradasi tanpa adanya solusi perbaikan yang berkelanjutan.

1.4. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya menjadi dasar bagi peneliti untuk memahami berbagai kajian yang telah dilakukan mengenai topik serupa. Melalui tinjauan pustaka ini, peneliti dapat memetakan perkembangan studi empiris, mengidentifikasi celah riset (*research gap*), serta menentukan arah penelitian agar mampu memberikan kontribusi keilmuan yang lebih bermakna. Secara umum, kajian mengenai penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja telah banyak diteliti dari berbagai sudut pandang manajemen organisasi publik, efektivitas hukum, maupun pengawasan kebijakan pada beberapa lokus daerah yang berbeda.

Kajian pertama dilakukan oleh Angelika Putri Britniantini dan (Britniantini & Ananta Prathama, 2023) yang meneliti peran Satpol PP dalam penertiban reklame di Kota Surabaya menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kinerja Satpol PP dinilai cukup baik dari segi pematuhan SOP, penjadwalan kegiatan, dan koordinasi, meskipun dihadapkan pada kendala keterbatasan sarana operasional. Terdapat persamaan metodologis dengan penelitian saat ini yang sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Namun, perbedaan mendasar terletak pada fokus substansi; penelitian Britniantini dan Prathama menitikberatkan pada aspek pelaksanaan fungsi pengawasan kebijakan, sedangkan penelitian ini mengkaji rumusan strategi menyeluruh yang dirancang secara sistematis di Kabupaten Magelang.

Selanjutnya, (Handayani, 2016) menganalisis efektivitas peran Satpol PP dalam menegakkan Peraturan Daerah Nomor 16 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame di Kota Padangsidimpuan melalui metode field research. Studi tersebut menyimpulkan bahwa penegakan hukum sudah berjalan cukup efektif berdasarkan indikator pengawasan, pemenuhan SDM, dan ketersediaan anggaran, walau

terhambat rendahnya kesadaran wajib pajak. Persamaan riset ini berada pada kemiripan pendekatan kualitatif, sementara perbedaannya adalah penelitian Handayani mengukur derajat efektivitas hukum pajak, sedangkan penelitian ini berfokus pada analisis manajemen strategi Satpol PP dari tahapan formulasi, implementasi, hingga tindakan evaluasi.

Tinjauan ketiga dirumuskan oleh (Yusup, 2020) terkait implementasi kebijakan penertiban dan pengawasan reklame berdasarkan Perda Ketertiban Umum di DKI Jakarta dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil riset Yusup menunjukkan penindakan belum berjalan optimal akibat keterbatasan alat dan minimnya anggaran patroli rutin. Sementara Yusup menyoroti hambatan implementasi kebijakan di wilayah metropolitan, penelitian saat ini menawarkan kebaruan dengan membedah taktik operasional Satpol PP dalam menghadapi kendala geografis di Kabupaten Magelang.

Penelitian keempat oleh (V. F. Br. Daulay & Rusli, 2022) mengkaji penertiban reklame di Kota Pekanbaru secara kualitatif deskriptif. Daulay menemukan bahwa aktivitas pengawasan belum maksimal karena ketiadaan SOP koordinasi antar-instansi serta lemahnya komitmen tim satgas. Riset Daulay berfokus pada deskripsi kondisi faktual hambatan di lapangan, sedangkan penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menganalisis kerangka strategi terintegrasi untuk mengatasi hambatan birokrasi tersebut.

Terakhir, (Putri & Rahman, 2023) meneliti pengawasan penertiban pemasangan reklame oleh Satpol PP di Kabupaten Kampar. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, mereka menemukan pelaksanaan pengawasan belum maksimal karena keterbatasan SDM dan sarana materiil. Persamaannya terletak pada kemiripan tipologi lokus tingkat kabupaten, namun penelitian Putri dan Rahman membatasi diri pada aspek pengawasan lapangan dan sanksi, sedangkan penelitian saat ini mengulas strategi teknis yang komprehensif berdasarkan model manajemen strategi Fred R. David di Kabupaten Magelang.

1.5. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu. Kebaruan ilmiah penelitian ini terletak pada karakteristik objek penelitian yang meneliti manajemen penertiban reklame di wilayah dengan tipologi administrasi perdesaan-perkotaan yang luas (21 kecamatan) di bawah naungan Satpol PP Kabupaten Magelang. Dari segi teoritis, penelitian ini menerapkan model manajemen strategi Fred R. David secara utuh yang membedah ke dalam tiga tahapan baku: Formulasi (visi, misi, analisis SWOT), Implementasi (SOP, alokasi sumber daya, sosialisasi), dan Evaluasi (tindakan korektif operasional), yang belum pernah dikombinasikan dalam studi kasus reklame ilegal di wilayah ini.

1.6. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategi Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban reklame tidak berizin di Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, membedah, dan menganalisis secara mendalam fenomena kedinasan nyata terkait proses manajemen strategi secara utuh tanpa

mengandalkan pembuktian statistik numerik. Pemilihan metode deskriptif dinilai paling tepat untuk menangkap kompleksitas hambatan koordinasi antarinstansi, kendala ketersediaan sarana prasarana, serta kedisiplinan aparat dalam melaksanakan tugas penegakan Perda di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan kepada informan yang dipilih secara *purposive sampling* berdasarkan otoritas jabatan dan keterlibatan teknis. Informan kunci (*key informant*) dalam penelitian ini adalah Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Magelang karena bertindak sebagai perumus kebijakan dan pengambil keputusan tertinggi organisasi. Informan pendukung lainnya meliputi Kepala Bidang Ketentraman dan Ketertiban Umum, Kepala Bidang Penegakkan Perda, Anggota Satpol PP lapangan, serta perwakilan masyarakat/pelaku usaha sekitar lokasi penertiban untuk cross-check data objektif.

Teknik pengujian keabsahan data dilakukan melalui uji kredibilitas (triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data), transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Peneliti membandingkan hasil wawancara antar-kabid dengan realitas observasi penertiban fisik di jalan serta laporan dokumen rekapitulasi penertiban.

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini mengacu pada model interaktif yang meliputi tahapan reduksi data (merangkum hasil wawancara yang tersebar), penyajian data (*data display* dalam bentuk narasi logis dan matriks), serta penarikan kesimpulan atau verifikasi akhir. Seluruh temuan dikonfirmasikan dan dibedah menggunakan pisau analisis teori manajemen strategi Fred R. David yang membagi dimensi kerja ke dalam tahapan formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi.

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah administrasi Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah, dengan fokus lokus sebaran titik reklame ilegal di 21 kecamatan. Pengumpulan data di lapangan dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan, yaitu pada bulan Maret hingga April 2026, guna merekam dinamika pengawasan pasca-operasi rutin secara aktual.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis kinerja Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kabupaten Magelang dalam penertiban reklame tidak berizin dengan menggunakan pisau analisis Teori Manajemen Strategi Fred R. David. Teori ini membagi proses manajemen ke dalam tiga dimensi utama, yaitu Formulasi Strategi, Implementasi Strategi, dan Evaluasi Strategi. Pembahasan hasil penelitian disajikan pada subbab berikut.

3.1. Formulasi Strategi

Penulis melakukan analisis terhadap tahapan formulasi strategi yang dilakukan oleh Satpol PP Kabupaten Magelang, meliputi penjabaran visi dan misi organisasi, analisis lingkungan internal dan eksternal, serta proses penentuan pilihan strategi sebelum aksi penertiban dijalankan. Tahapan formulasi ini merupakan landasan krusial bagi sebuah organisasi sektor publik demi menjamin bahwa segala bentuk pengerahan sumber daya operasional didasarkan pada kerangka perencanaan yang matang, komprehensif, dan terukur secara akademis.

Tabel 1.
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Formulasi Strategi Satpol PP

Kategori Analisis	Komponen Lingkungan Strategis	Kondisi Faktual di Lapangan
Lingkungan Internal (Kekuatan & Kelemahan)	Legalitas Regulasi & SDM	Memiliki dasar hukum Perda yang kuat dan personel operasional berdisiplin tinggi.
	Sarana Prasarana	Belum memiliki mobil crane mandiri; rasio personel belum seimbang dengan luas 21 kecamatan.
Lingkungan Eksternal (Peluang & Ancaman)	Dukungan Kebijakan	Adanya regulasi daerah terbaru mengenai penyelenggaraan trantibum.
	Perilaku Pasar/Masyarakat	Rendahnya kesadaran hukum pelaku usaha dan luasnya wilayah geografis pengawasan.

Sumber: Hasil olahan data draf skripsi Rizka Afifah Zahrani, 2026

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Satpol PP Kabupaten Magelang, formulasi strategi organisasi dipandu oleh visi utama mewujudkan ketertiban umum dan kepatuhan regulasi daerah guna menyokong wibawa pemerintah daerah. Penjabaran visi ini diturunkan ke dalam sejumlah misi taktis, di antaranya adalah menegakkan Peraturan Daerah secara humanis namun tegas, melakukan sterilisasi ruang publik dari media reklame visual yang mengganggu tata ruang, serta mengoptimalkan potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pengawasan sektor penataan reklame komersial.

Namun, dalam analisis lingkungan internal, ditemukan kelemahan fatal pada aspek sarana prasarana penunjang. Satpol PP tidak memiliki alat berat pembongkar baliho berukuran besar secara mandiri. Ketiadaan armada taktis mandiri ini berimplikasi langsung pada lambatnya respons penindakan di lapangan. Setiap kali tim operasional menemukan baliho ilegal berukuran raksasa dengan tiang besi tertanam permanen, petugas tidak dapat langsung melakukan eksekusi seketika. Sebagaimana diakui oleh Kepala Satpol PP dalam wawancara terstruktur:

> *"Kami menyadari bahwa dari sisi peralatan, kami masih memiliki kelemahan. Untuk membongkar baliho berukuran besar, kami harus meminjam alat berat ke dinas DPU yang prosedurnya memakan waktu. Selain itu, jumlah personel jika dibandingkan dengan luas wilayah 21 kecamatan di Kabupaten Magelang memang belum ideal..."*

Keterbatasan armada operasional ini diperparah oleh rasio personel yang tidak seimbang dengan bentang wilayah Kabupaten Magelang. Luasnya wilayah yang mencakup daerah pegunungan, perbatasan antarkota, hingga kawasan strategis pariwisata Borobudur menuntut kehadiran fisik petugas secara kontinu. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa jumlah personel yang siap diterjunkan dalam unit patroli penertiban reklame sangat terbatas, sehingga pengawasan tidak dapat menyentuh seluruh titik kerawanan secara simultan.

Dari sisi analisis lingkungan eksternal, peluang utama didorong oleh adanya legalitas Peraturan Daerah Kabupaten Magelang Nomor 2 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Ketentraman dan Ketertiban Umum. Regulasi teranyar ini memberikan payung hukum yang lebih komprehensif, mempertegas sanksi administratif, serta memberikan diskresi yang cukup luas bagi pejabat penyidik pegawai negeri sipil (PPNS) Satpol PP untuk mengambil tindakan pembongkaran langsung terhadap pelanggaran kasat mata. Kebijakan ini juga didukung penuh oleh jajaran pimpinan daerah yang menghendaki kawasan jalur wisata utama bersih dari kesemrawutan media promosi liar.

Namun, peluang regulatif yang kuat ini terhambat oleh ancaman berupa rendahnya kepatuhan para vendor iklan dan pelaku usaha retail. Banyak pelaku usaha skala besar maupun UMKM lokal yang sengaja mengabaikan jalur perizinan resmi demi menghindari retribusi daerah. Mereka kerap memanfaatkan momentum akhir pekan atau kelenggahan petugas di malam hari untuk memasang media promosi seperti *banner*, spanduk, hingga papan reklame semipermanen.

Menyikapi peta lingkungan internal dan eksternal tersebut, proses penentuan pilihan strategi di tingkat formulasi akhirnya diputuskan melalui kombinasi tiga pendekatan berkala, yaitu tindakan preventif, persuasif, dan represif non-yustisial. Tindakan preventif diwujudkan melalui perencanaan penyuluhan hukum regulasi iklan. Pendekatan persuasif diaplikasikan melalui mekanisme penerbitan surat teguran tertulis berjenjang (Teguran I hingga III) bagi pemilik reklame yang teridentifikasi melanggar atau habis masa tayangnya. Sementara tindakan represif non-yustisial ditempatkan sebagai benteng terakhir, berupa pembongkaran paksa, penurunan, dan penyitaan material reklame di lapangan apabila tenggat waktu pembersihan mandiri oleh vendor telah kedaluwarsa.

3.2. Implementasi Strategi

Pada dimensi implementasi strategi, penulis membedah bagaimana rumusan taktis operasional diterjemahkan melalui pelaksanaan penegakan aturan secara riil, pola alokasi sumber daya organisasi, serta metode sosialisasi kebijakan kepada khalayak umum. Implementasi merupakan tahap krusial di mana seluruh rencana di atas kertas diuji secara faktual di tengah kedinamisan dinamika lapangan.

Tabel 2.
Rekapitulasi Realisasi Operasi Penertiban Reklame (Januari 2025 - Maret 2026)

Dimensi Kerja	Indikator Implementasi	Kuantitas Capaian Kinerja	Status Efektivitas
Eksekusi Lapangan	Frekuensi Operasi Rutin Total Reklame Ditertibkan	92 Kali Penertiban 1.531 Unit Reklame	Belum Optimal (Pelanggaran Berulang)

Sumber: Data Sekunder Satpol PP Kabupaten Magelang diolah, 2026

Dalam pelaksanaan penegakan aturan, Satpol PP terbukti sangat proaktif melakukan razia teratur. Berdasarkan data rekapitulasi operasional organisasi sepanjang periode Januari 2025 hingga Maret 2026, aparat penegak Perda telah menggelar sedikitnya 92 kali operasi pembersihan reklame ilegal. Dari rentetan operasi tersebut, total media reklame yang berhasil diturunkan, ditertibkan, dan disita mencapai angka 1.531 unit. Media iklan yang ditindak didominasi oleh jenis spanduk komersial, *banner* politik, baliho kedaluwarsa, serta neon boks toko yang melanggar batas ruang milik jalan (rumija) maupun yang terbukti tidak mengantongi dokumen izin penyelenggaraan reklame resmi.

Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Ketentraman dan Ketertiban Umum menegaskan bahwa personel lapangan selalu mematuhi Standar Operasional Prosedur (SOP) secara disiplin sebelum turun ke jalan. Sebelum operasi pembersihan skala besar maupun kecil dimulai, jajaran Bidang Trantibum dan Bidang Gakda selalu menyelenggarakan apel pagi dan *briefing* taktis. Langkah ini bertujuan memetakan target operasi, membagi tim ke dalam beberapa sektor krusial, serta memastikan kesiapan fisik dan keselamatan kerja anggota operasional di lapangan. Kepatuhan terhadap SOP ini penting untuk menghindari resistensi atau benturan fisik dengan pemilik reklame saat pembongkaran berlangsung.

Namun, kendala utama dalam alokasi sumber daya adalah pembagian plot anggaran yang minim dan keterbatasan kuantitas serta kualitas personel operasional. Berdasarkan dokumen kepegawaian internal, mayoritas anggota lapangan Satpol PP Kabupaten Magelang memiliki latar belakang pendidikan terakhir tingkat SMA/sederajat, yakni sebanyak 122 orang. Keterbatasan kualifikasi pendidikan formal ini sedikit banyak berpengaruh terhadap kompetensi analisis hukum substantif dasar dan teknik negosiasi persuasif di lapangan ketika menghadapi komplain dari pihak vendor iklan.

Selain aspek kompetensi SDM, alokasi anggaran operasional pengawasan yang dikelola oleh Satpol PP terbilang sangat terbatas. Anggaran dinas harus terbagi-bagi secara ketat untuk mendanai urusan trantibum makro lainnya, seperti penertiban pedagang kaki lima (PKL), penanganan penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS), pengamanan demonstrasi, hingga pengawalan agenda protokoler bupati. Akibat porsi pendanaan yang minim ini, Satpol PP tidak mampu membiayai intensitas patroli terjadwal yang menjangkau pelosok wilayah pinggiran secara berkala. Operasi rutin berskala besar pada akhirnya terpaksa dibatasi frekuensinya dan hanya mengandalkan skala prioritas pada kawasan-kawasan tertentu yang dinilai memiliki tingkat pelanggaran paling mencolok.

Metode sosialisasi kebijakan juga menjadi kelemahan mendasar dalam tahap implementasi strategi ini. Program sosialisasi aturan mengenai tata cara perizinan dan zonasi larangan reklame belum menyentuh tingkat akar rumput pelaku UMKM maupun asosiasi vendor reklame lokal di tingkat kecamatan. Pertemuan informatif tatap muka atau penyebaran selebaran maklumat hukum masih bersifat temporal dan berpusat di ibu kota kabupaten. Akibatnya, pola komunikasi bisnis dan preventif yang dibangun oleh pemerintah daerah dinilai masih berjalan satu arah. Minimnya pemahaman publik ini membuat para pelaku usaha lokal tidak menyadari tindakan mereka memasang iklan di pohon, tiang listrik, atau fasilitas umum merupakan bentuk pelanggaran hukum. Hal ini menyebabkan fungsi edukatif dari manajemen strategi gagal menggugah kesadaran hukum masyarakat secara berkelanjutan.

3.3. Evaluasi Strategi

Dimensi ketiga mengevaluasi capaian akhir strategi melalui indikator tingkat penurunan reklame tidak berizin secara spasial, evaluasi kepatuhan pelaku usaha, dan perumusan tindakan korektif organisasi. Tahap evaluasi merupakan refleksi kritis organisasi untuk melihat apakah terdapat kesenjangan antara target formulasi yang dipatok di awal dengan realitas capaian operasional di akhir periode pelaksanaan.

Tabel 3.

Evaluasi Kepatuhan dan Capaian Kewilayahan Penertiban

Wilayah Pengawasan	Tingkat Penurunan Reklame Ilegal	Hambatan Utama Evaluasi
Kawasan Perkotaan	Tinggi / Signifikan	Konsentrasi petugas fokus di pusat kota.
Kawasan Pinggiran/Pedesaan	Rendah / Konstan	Hambatan geografis, akses jalan sempit, dan pengawasan longgar.

Sumber: Analisis Dokumen Evaluasi Kinerja Satpol PP, 2026

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan analisis dokumen evaluasi kewilayahan, tingkat penurunan jumlah reklame liar menunjukkan ketimpangan geografis yang sangat mencolok antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Penurunan angka pelanggaran reklame ilegal secara signifikan hanya terpantau terjadi di kawasan perkotaan, koridor jalan protokol utama kabupaten, serta area sekitar objek wisata prioritas Candi Borobudur. Hal ini disebabkan oleh konsentrasi armada patroli dan penempatan

personel yang memang difokuskan untuk menjaga estetika tata ruang pusat pemerintahan dan wajah pariwisata daerah.

Sebaliknya, di kawasan pinggiran, area perbatasan antarkabupaten, serta wilayah pedesaan, jumlah pelanggaran pemasangan reklame tanpa izin terpantau tetap berada pada grafik yang tinggi dan konstan. Minimnya kehadiran fisik petugas di area-area periferi ini memicu ruang bebas bagi para vendor nakal untuk mendirikan media promosi tanpa beban moral hukum. Kompleksitas hambatan geografis dan keterbatasan daya jangkau operasional ini diakui secara jujur oleh salah satu anggota Satpol PP lapangan dalam sesi wawancara mendalam:

> *"Di wilayah pinggiran, kami tidak bisa sesering di kota karena jaraknya jauh. Kadang setelah kami tertibkan, beberapa waktu kemudian muncul lagi karena pengawasan tidak bisa rutin."*

Evaluasi terhadap aspek kepatuhan pelaku usaha menunjukkan potret yang kurang menggembirakan. Para pemilik modal dan biro jasa periklanan luar ruang terbukti secara sengaja memanfaatkan celah kelonggaran jadwal patroli petugas di wilayah pedesaan. Pola pelanggaran yang berulang menunjukkan adanya fenomena "kucing-kucingan" antara aparat dan pelanggar. Begitu tim gabungan selesai melakukan pembersihan di suatu jalur protokol kecamatan, dalam hitungan hari atau minggu, lokasi tersebut akan kembali dipenuhi oleh spanduk-spanduk komersial baru yang tidak berizin. Kondisi ini membuktikan bahwa tindakan penyitaan barang bukti reklame selama ini belum mampu melahirkan efek jera (*deterrent effect*) yang nyata bagi para pelanggar aturan.

Sebagai bentuk respons terhadap berbagai ketimpangan capaian tersebut, Satpol PP Kabupaten Magelang mencoba merumuskan beberapa tindakan korektif organisasi. Salah satu langkah perbaikan yang dirancang adalah mengintensifkan jalinan koordinasi terjadwal dengan pihak pemerintah kecamatan dan kelurahan/desa melalui pembentukan jejaring pelaporan dini ketenteraman masyarakat. Selain itu, jajaran manajemen Satpol PP mulai merintis perancangan sistem pelaporan daring yang memungkinkan masyarakat umum ikut berpartisipasi aktif mengadukan keberadaan reklame liar di lingkungan mereka.

Namun demikian, jalannya tindakan korektif ini belum dapat terealisasi secara mulus di tataran birokrasi operasional. Hambatan terbesar berakar pada lambannya proses verifikasi keabsahan data perizinan reklame. Hingga saat ini, sistem administrasi internal Satpol PP selaku eksekutor penegakan hukum belum terintegrasi secara digital dengan sistem data milik Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) serta Badan Pendapatan Daerah (Bapenda).

Ketika petugas menemukan reklame yang mencurigakan di lapangan, aparat tidak memiliki akses langsung untuk mengecek status legalitas izinnya secara instan atau *real-time*. Petugas harus mengirimkan surat permohonan konfirmasi data manual terlebih dahulu dan menunggu jawaban tertulis dari instansi perizinan terkait yang memakan waktu berhari-hari. Lemahnya sinkronisasi basis data digital antarinstansi ini berujung pada lambannya pengambilan keputusan tindakan represi di lapangan, sehingga efektivitas manajemen strategi Satpol PP secara makro dinilai masih berjalan pincang dan kurang optimal dalam menekan laju pertumbuhan reklame ilegal di Kabupaten Magelang.

3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Pelaksanaan manajemen strategi oleh Satuan Polisi Pamong Praja memberikan kontribusi nyata yang positif dalam rangka menjaga nilai estetika tata ruang wilayah, meminimalkan gangguan ketenteraman umum, serta mengamankan potensi Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari kebocoran sektor pajak reklame luar ruang di Kabupaten Magelang. Penulis menemukan temuan esensial di

lapangan bahwa derajat efektivitas penegakan regulasi daerah pada sektor publik sangat bergantung pada variabel pemenuhan prasarana teknis operasional dan integrasi tata kelola data lintas institusi.

Sama halnya dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Astuti (2019b), yang menegaskan bahwa penguatan kapasitas sarana prasarana lokal serta kelancaran koordinasi vertikal-horizontal antarlembaga memegang peran sentral dalam menentukan keberlanjutan program penataan ruang publik dan pemberdayaan tata pamong, realitas di Kabupaten Magelang menunjukkan hal yang serupa. Hambatan utama mandeknya efektivitas pembersihan reklame permanen berukuran raksasa bersumber dari rantai birokrasi peminjaman alat berat mobil *crane* dari dinas eksternal (DPU) yang kaku dan memakan waktu, sehingga menghilangkan momentum asas kecepatan bertindak (*speed of action*) aparat di lapangan.

Namun, apabila temuan riset ini dikomparasikan dengan hasil kajian ilmiah terdahulu milik Agustino (2019), terdapat sebuah anomali atau perbedaan konseptual yang cukup mendasar. Dalam artikel penelitiannya, Agustino (2019) menyimpulkan bahwa faktor dominan yang melatarbelakangi kegagalan implementasi penegakan Peraturan Daerah di berbagai wilayah perkotaan umumnya dipicu oleh rendahnya tingkat kedisiplinan, lemahnya komitmen moral aparat penegak, serta maraknya pelanggaran SOP internal oleh petugas lapangan saat berhadapan dengan pelanggar hukum.

Sebaliknya, fakta empiris yang ditemukan penulis pada internal Satpol PP Kabupaten Magelang menunjukkan kondisi yang bertolak belakang. Kinerja personel lapangan di bawah naungan Bidang Trantibum dan Bidang Gakda tercatat memiliki tingkat kedisiplinan yang sangat tinggi, loyalitas tugas yang kokoh, serta kepatuhan mutlak terhadap SOP kerja operasional, mulai dari pelaksanaan apel kesiapan taktis, kepatuhan administrasi persuratan, hingga tata cara penindakan yang persuasif-humanis tanpa benturan fisik.

Kelemahan mutlak penataan reklame di Kabupaten Magelang murni berakar pada ketidakseimbangan faktor makro-geografis wilayah pengawasan yang sangat luas (mencakup 21 kecamatan dengan topografi bervariasi) dengan kapasitas daya dukung logistik organisasi, terutama minimnya alokasi plot anggaran khusus pengawasan dan keterbatasan armada angkut logistik penertiban. Temuan penting dalam penelitian ini secara tegas menolak anggapan umum birokrasi yang menyatakan bahwa tingginya kuantitas atau frekuensi pelaksanaan razia fisik di jalanan (yang dibuktikan melalui realisasi 92 kali operasi dan penyitaan 1.531 unit reklame) otomatis akan linier dengan penurunan angka pelanggaran hukum di daerah.

Penelitian ini membuktikan tesis baru bahwa penindakan yang bersifat kuantitatif-represif belaka akan selalu berujung pada kegagalan penertiban yang bersifat temporal dan memicu siklus "pelanggaran berulang" (*vicious cycle*) oleh para vendor iklan. Selama tindakan represif non-yustisial di jalanan tidak dibarengi dengan tindakan korektif berupa penerapan sanksi denda administrasi yang progresif dan berat bagi perusahaan induk vendor reklame, serta tidak didukung oleh transparansi integrasi basis data perizinan digital secara *real-time* lintas sektoral antara Satpol PP, DPMPTSP, dan Bapenda, maka model manajemen strategi penertiban reklame luar ruang di daerah mana pun akan terus berjalan stagnan, tidak efisien, dan kehilangan taji hukumnya di hadapan para pelaku ekonomi modal.

3.5. Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Penulis menemukan faktor penghambat eksternal yang signifikan berupa pemanfaatan celah kelonggaran pengawasan oleh vendor iklan luar ruang pada wilayah-wilayah periferi (pinggiran) pedesaan Kabupaten Magelang. Fenomena "kucing-kucingan" ini diperparah oleh rendahnya kesadaran hukum serta minimnya pemahaman masyarakat desa yang dengan mudah memberikan izin penempelan pamflet atau pendirian baligo komersial di pekarangan rumah mereka hanya karena imbalan material yang kecil tanpa memedulikan izin resmi daerah.

Di sisi lain, terdapat faktor pendukung menarik berupa komitmen politik yang kuat dari Kepala Daerah dan dukungan regulasi progresif melalui Peraturan Daerah Kabupaten Magelang Nomor 2 Tahun 2025. Perda terbaru ini memberikan fleksibilitas bagi Satpol PP untuk melakukan tindakan pembersihan seketika terhadap reklame insidental tanpa harus melewati proses birokrasi persuratan yang berbelit-belit, yang menjadi modal utama dalam menjaga estetika kawasan strategis pariwisata internasional Candi Borobudur.

IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan bahwa manajemen strategi Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban reklame tidak berizin di Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah belum berjalan secara optimal. Berdasarkan pisau analisis model Fred R. David, ketidakefektifan ini disebabkan oleh ketidakselarasan antara dokumen Formulasi Strategi yang ideal dengan hambatan mendasar pada dimensi Implementasi dan Evaluasi Strategi. Meskipun kuantitas eksekusi lapangan sangat tinggi (mencakup 92 kali operasi dan penertiban 1.531 unit reklame), penegakan aturan terhambat oleh keterbatasan sarana prasarana taktis seperti ketiadaan mobil *crane* mandiri, minimnya plot anggaran patroli, serta belum terintegrasinya basis data perizinan secara digital dan *real-time* dengan DPMPTSP dan Bapenda, yang memicu tingginya angka pelanggaran berulang khususnya di kawasan pinggiran/pedesaan.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama pada aspek efisiensi alokasi waktu pelaksanaan wawancara mendalam serta keterbatasan biaya operasional untuk menjangkau seluruh pelosok dari 21 kecamatan secara serentak. Penelitian ini juga membatasi fokus analisisnya pada satu instansi dinas eksekutor saja (Satpol PP Kabupaten Magelang) sebagai model studi kasus kualitatif terpilih.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyarankan agar dilakukan penelitian lanjutan yang berfokus pada pengembangan model sistem informasi integrasi data perizinan reklame berbasis elektronik lintas instansi (Satpol PP, DPMPTSP, dan Bapenda) di Kabupaten Magelang untuk menguji efektivitas penegakan hukum berbasis digital (*e-enforcement*).

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih setinggi-tingginya ditujukan kepada Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Magelang beserta seluruh jajaran pejabat struktural, Kepala Bidang Trantibum, Kepala Bidang Penegakkan Perda, dan personel operasional lapangan yang telah memberikan izin, keterbukaan informasi, serta pendampingan berharga selama penulis melaksanakan penelitian. Penulis juga menyampaikan apresiasi mendalam kepada segenap masyarakat, perwakilan pelaku usaha/vendor reklame di Kabupaten Magelang, dosen pembimbing, serta seluruh pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran demi membantu menyukseskan kelancaran penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Britniantini, A. P., & Ananta Prathama. (2023). PERAN SATUAN POLISI PAMONG PRAJA PADA PENERTIBAN REKLAME DI KOTA SURABAYA. *Journal Publicuho*, *6*(4). https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i4.280

Daulay, V., & Rusli, Z. (2022). Penertiban Reklame di Kota Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Publik*, *5*(1). https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/1179/925

Decker, J. S., Stannard, S. J., McManus, B., Wittig, S. M. O., Sisiopiku, V. P., & Stavrinos, D. (2015). The Impact of Billboards on Driver Visual Behavior: A Systematic Literature Review. *Traffic Injury Prevention*, *16*(3). https://doi.org/10.1080/15389588.2014.936407

Gatiningsih. (2022). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Akte Kematian Berbasis Digital di Kota Medan. In *IPDN* (Number 1). http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/1012/

Handayani, A. (2016). *Efektivitas Peran Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol Pp) Dalam Menegakkan Peraturan Daerah Nomor 16 Tahun 2003 Tentang Pajak Reklame Di Kota Padangsidimpuan* (F. A. R. Gaja, Ed.) [Skripsi]. https://etd.uinsyahada.ac.id/9871/

Hinton, J., Oviedo-Trespalacios, O., Watson, B., & Haworth, N. (2024). Beyond the billboard: A review of other external sources of driver distraction. *Accident Analysis and Prevention*, *208*. https://doi.org/10.1016/j.aap.2024.107771

Hutasoit, I. (2023). Analisis Migrasi Korban Lusi (Lumpur Sidoarjo) Di Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, *8*(1). http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/1115

Kansil, D., & Hein Pusung, P. (2021). Pola Pembinaan Integritas Aparatur Sipil Negara Pada Pemerintahan Daerah Kabupaten Sitaro Sulawesi Utara. *Jurnal Syntax Transformation*, *2*(12). https://doi.org/10.46799/jst.v2i12.470

Marciano, H. (2020). The effect of billboard design specifications on driving: A driving simulator study. *Accident Analysis and Prevention*, *138*. https://doi.org/10.1016/j.aap.2020.105479

Prabowo, H., Indrayani, E., Rusfiana, Y., & Sinaga, O. (2022). Development of Local Government Capacity in Managing Indonesia-Malaysia Border Area (Study on Sebatik Island). *Croatian International Relations Review*, *28*(90).http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/778/3/final-hadi-prabowo-published-2022-1-1.pdf

Putri, A. M., & Rahman, A. (2023). PENGAWASAN PENERTIBAN PEMASANGAN REKLAME OLEH SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DI KABUPATEN KAMPAR. *Jurnal Tatapamong*. https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v5i1.3283

Sheykhfard, A., Azmoodeh, M., Kutela, B., Das, S., & Fountas, G. (2024). From self-reports to observations: Unraveling digital billboard influence on drivers. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, *103*. https://doi.org/10.1016/j.trf.2024.04.010

Simangunsong, F., Hutasoit, I., & Saputri, M. (2025). ural Development Planning for Local (Dayak) Community Villages in West Kutai Regency, East Kalimantan Province, Indonesia. *Open Access Library Journal*, *12*(2). https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=140976

Wen, J., & Xie, Q. (2020). Field investigation and structural analysis of wind-induced collapse of outdoor single-post billboards. *Engineering Failure Analysis*, *117*. https://doi.org/10.1016/j.engfailanal.2020.104810

Yusup, M. (2020). *Implementasi Kebijakan Penertiban Dan Pengawasan Reklame Oleh Satpol Pp Berdasarkan Peraturan Daerah No 8 Tahun 2007 Tentang Ketertiban Umum Di Wilayah Dki Jakarta* (Number 8) [Skripsi, Universitas Nahdatul Ulama Indonesia]. https://repository.unusia.ac.id/id/eprint/261/