Legalitas Poster di Pinggir Jalan Kota Malang Persepektif Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 dan *Maslahah Mursalah*

Badruddin

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Badruddinmuhammad90@gmail.com

Abstrak:

Poster merupakan media yang biasanya digunakan untuk mempromosikan dan mempertontonkan suatu usaha dengan tujuan komersial. Poster merupakan salah satu dari bagian reklame insidental. Poster yang berada di pinggir jalan Kota Malang haruslah mempunyai legalitas dalam penyelenggaraannya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Lokasi penelitian adalah DPMPSTP Kota Malang dan berbagai macam poster yang ada di pinggir jalan di Kota Malang. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara dan juga dokumentasi. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis sosiologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa legalitas sebagian poster yang ada di pinggir jalan Kota Malang masih ilegal jika dianalisa menggunakan Perwali No. 27 Tahun 2015 dan *Maslahah Mursalah*. Sedangkan jika legalitas poster dikaitkan dengan *maslahah mursalah* dipandang dari pandangan syara' maka termasuk *maslahah* yang tidak ditolak oleh syariat, berada pada tingkatan tahsiniyyah jika dipandang dari tingkatan maslahatnya dan merupakan *maslahah 'ammah* jika dilihat dari segi cakupannya.

Kata Kunci: Legalitas; Poster; Perwali; Maslahah Mursalah.

Pendahuluan

Pajak merupakan salah satu bagian yang tidak dapat terpisahkan bagi suatu negara termasuk Indonesia. Pajak merupakan sumber pendapatan negara. Adapun penarikan pajak merupakan hak suatu negara dan membayar pajak merupakan kewajiban masyarakat.¹ Pajak mempunyai peran yang sangat penting dan sangat besar dan dapat diandalkan oleh negara untuk kepentingan pembangunan dan pengeluaran oleh pemerintah. Sebagaimana pajak dipungut untuk melaksanakan kepentingan rakyat, maka dari itu haruslah ada persetujuan dari rakyat sendiri terhadap pemungutan pajak sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 23 ayat (2) UUD 1945 yang telah diamandemenkan dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi : "Pajak dan Pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan Negara diatur dengan Undang-Undang". Pembayaran pajak merupakan perwujudan dari sebuah bentuk kewajiban dari kenegaraan dan kewajiban dari wajib pajak untuk bersama-sama melakukan kewajiban perpajakan untuk pembiayaan negara dan pembangunan nasional.

¹ Bustamar Ayya, *Hukum Pajak Indonesia* (Jakarta: KENCANA, 2017). 1.

Jika dilihat dari berbagai macam jenis pajak yang ada di Indonesia salah satunya pajak daerah yang bisa berupa pajak reklame. Pajak daerah ataupun retribusi daerah adalah salah satu bagian yang sangat penting dalam upaya membiayai pelaksanaan pemerintah daerah, juga untuk memberikan peningkatan pelayanan bagi masyarakat dan daerah yang mandiri. Adapun yang menjadi dasar hukum pajak daerah dan retribusi daerah adalah Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, yang kemudian disingkat dengan UU PDRD.² Pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan reklame adalah suatu benda, alat, perbuatan ataupun media yang menurut bentuk atau susunannya begitu juga corak ragamnya untuk tujuan komersial yang dipergunakan untuk mempromosikan atau memperkenalkan, menganjurkan dan memujikan suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum.³

Ketentuan mengenai pajak reklame merupakan salah satu yang harus di pahami bagi siapapun yang menggunakan reklame terutama bagi masyarakat pengguna reklame di Kota Malang. Pengguna reklame sendiri terkadang merupakan perorangan atau badan usaha yang menjalankan bisnis baik secara individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran besar atau kecil. Berbagai cara dilakukan agar usaha yang dilakukan terus berkembang dan menguntungkan dimana pada saat ini maraknya penggunaan reklame di kota Malang oleh para pelaku bisnis yang berupa poster promosi, namun pada dasarnya bagaimanakah legalitas poster yang ada di pinggir-pinggir jalan kota Malang berdasarkan Perwali Kota Malang No. 27 Tahun 2015 dan *masalah mursalah*. Maraknya penempelan poster-poster di pinggir jalan yang dilakukan oleh para pelaku bisnis menyebabkan berlaku hukum saat penempelan poster tersebut yang dikarenakan poster merupakan bagian dari reklame insidentil. Hal ini sebagaimana dalam pajak reklame bahwa yang termasuk dalam objek pajak dalam penyelenggaraan reklame adalah reklame papan, reklame melekat, stiker, reklame selebaran, dan sebagainya. Ketentuan mengenai pajak reklame di kota Malang sendiri sudah dijelaskan dengan lengkap dalam Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 16 Tahun 2010 Tentang Pajak Daerah. Selain itu Pajak Reklame juga diatur dalam Perwali Kota Malang No. 27 Tahun 2015 Tentang Tata Cara Perijinan, Pemasangan dan Pencabutan Ijin Reklame. Penempelan atau pemasangan poster di pinggir jalan kota Malang bukan hanya sekedar menempelkan sesuka hati. Namun juga harus mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah terhadap penempelan poster di pinggir jalan yang merupakan dari reklame. Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah sebelumnya, maka dari itu sangat menarik sekali jika dilakukan penelitian mengenai hal ini. Selain bertujuan untuk mengetahui bagaimana legalitas reklame poster di pinggir jalan Kota Malang Perspektif Perwali No. 27 Tahun 2015 dan *masalah mursalah*, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat pengguna reklame poster.

² Khoirul Hidayah, *Pokok-Pokok Hukum Pajak* (Malang: Setara Press, 2020). 32.

³ Alfian A. Lamia, David P.E. Saerang, dan Heinca R.N Wokas, "Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame Dan Pajak Penerangan Jalan Pada Pendapatan Asli Darah Kabupaten Minahasa Utara," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 15, no. 05 (Desember 28, 2015): 789–792, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10474>.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Lokasi penelitian adalah DPMPTSP Kota Malang dan berbagai macam poster yang ada di pinggir jalan di Kota Malang. Pada penelitian ini, peneliti mengambil lima sampel reklame poster yang ada di Kota Malang pada setiap Kecamatannya. *Pertama*, Kecamatan Kedungkandang yang berupa reklame poster pinjaman murah kur, pemasangan indihome, sedot wc, gaden, dan juga galvalum renovasi atap plavon. *Kedua*, Kecamatan Blimbing yang reklame posternya berupa Gaden Yapusa, Rokok Andalan, Niko, Camel, dan Juara. *Ketiga*, Kecamatan Sukun reklame posternya berupa promosi rumah dikontrakkan atau dijual, Ares, Altra, Promosi Doktor Rambut. *Keempat*, Kecamatan Klojen yaitu dua poster sedot wc yang berbeda kepunyaan, terima cartridge baru/bekas. *Kelima*, Kecamatan Lowokwaru yaitu berupa poster sedot wc, sewa playstation, terima kost putra. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara dan juga dokumentasi. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis sosiologis. Untuk teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan dokumentasi yang kemudian data tersebut diolah dengan melalui tahap *editing, calassifying, verifying, analaysing, dan concluding.*

Hasil dan Pembahasan

Legalitas Reklame Poster Di Pinggir Jalan Kota Malang Perspektif Perwali Nomor 27 Tahun 2015

Pajak bagi pemerintah merupakan salah satu sumber dana penerimaan. Berbagai pelayanan, penyelenggaraan pemerintah, pembangunan nasional banyak yang didanai dari sektor pajak. Namun untuk menjamin kelancaran dalam perpajakan, maka perlu adanya kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak yang wajib dibayarnya. Adapun salah satu faktor yang bisa saja mempengaruhi kepatuhan wajib pajak adalah pengetahuan perpajakan yang merupakan pemahaman dasar terhadap perpajakan, baik mengenai hukum, Undang-Undang, ataupun tata cara perpajakan.⁴ Sosialisasi mengenai perpajakan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Menurut Ilhamsyah suatu proses sosialisasi dan penyuluhan mengenai perpajakan sangat diharapkan memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat umum sehingga dengan begitu dapat membuat dan meningkatkan jumlah wajib pajak dan memberikan kesadaran tersendiri terhadap wajib pajak.⁵

Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara yang didasarkan pada Undang-Undang dengan tidak ada balasan atau timbal balik secara langsung. Pajak adalah kontribusi wajib yang diberikan oleh orang atau badan kepada negara sesuai dengan Undang-Undang, bersifat wajib dan tidak menerima imbalan secara langsung, digunakan untuk keperluan negara guna mencapai sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pembayaran pajak merupakan perwujudan kewajiban negara, dan merupakan wujud partisipasi wajib pajak dalam pembiayaan negara secara langsung dan bersama serta pemenuhan kewajiban perpajakan untuk pembangunan negara. Menurut konsep hukum perpajakan, membayar pajak bukan hanya kewajiban, tetapi juga hak setiap warga negara untuk ikut serta dalam bentuk pembiayaan nasional dan pembangunan nasional.⁶

⁴ L Wuryanto, U Sadiati, dan M.N. Afif, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor," *Jurnal Akunida* 5, no. 2 (2019). 18.

⁵ L Wuryanto, U Sadiati, dan M.N. Afif, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor," *Jurnal Akunida* 5, no. 2 (2019). 18.

⁶ <https://pajak.go.id/id/pajak>. Diakses pada tanggal 23 Februari 2022.

Pajak terdiri menjadi dua bagian, yaitu pajak pusat dan pajak daerah. Pajak pusat merupakan pajak yang langsung dikelola oleh Direktorat Jenderal Pajak. Sedangkan pajak daerah merupakan pajak yang kewenangan pemungutannya ada pada pemerintah provinsi atau pemerintah Kota/Kabupaten. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26, Pajak reklame merupakan pajak atas penyelenggara reklame.⁷ Sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah suatu alat, perbuatan, benda, ataupun sebuah media yang mempunyai berbagai bentuk dan corak dan mempunyai tujuan untuk komersial menganjurkan, memperkenalkan, mempromosikan, ataupun mencari daya tarik masyarakat umum terhadap jasa, barang, badan yang dapat dilihat, didengar, dirasakan, dan juga dinikmati oleh umum.⁸

Jika dilihat dari segi perizinan, maka reklame terbagi menjadi dua bagian, yaitu reklame permanen dan reklame insidental. Setiap reklame mempunyai bagiannya masing-masing, baik reklame permanen atau tetap dan reklame insidental.⁹ Adapun berlakunya reklame permanen adalah dalam jangka waktu 1 tahun, namun jangka ini tidak bersifat tetap karena juga menyesuaikan terhadap pajak yang dibayar oleh penyelenggara reklame atau ada hal atau keadaan lain yang menyebabkan tidak mempunyai jangka 1 tahun. Sedangkan reklame insidental berlaku paling lama 14 hari dan bisa mengajukan beberapa hari sesuai dengan kebutuhannya sendiri. Reklame insidental mempunyai banyak bagian yang salah satunya adalah reklame poster. Reklame poster merupakan salah satu reklame yang banyak bertebaran di pinggir jalan Kota Malang. Adapun terkait perizinan mengenai reklame poster di Kota Malang sudah dijelaskan pada Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 tentang Penataan Reklame. Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 tentang Penataan Reklame merupakan perubahan dari Peraturan Walikota Malang Nomor 22 Tahun 2008 dan Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di lima kecamatan di Kota Malang, yaitu Kecamatan Klojen, Blimbing, Sukun, Lowokwaru, dan Kedungkandang masih banyak sekali terdapat berbagai macam reklame poster yang menempel di pinggir-pinggir jalan Kota Malang, namun tidak diketahui apakah reklame poster tersebut mempunyai legalitas atau sebaliknya. Pasal 12 ayat 1 Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 menjelaskan bahwa izin reklame insidental diberikan dengan ketentuan sebagai berikut : 1) Jenis reklame udara/balon dan reklame apung jangka waktu paling lama 1 bulan dan dapat diperpanjang; 2) Jenis reklame baliho dan reklame kain/spanduk/umbul-umbul/*banner* dengan jangka waktu paling lama 14 hari dan dapat diperpanjang; 3) Jenis reklame selebaran, reklame stiker, reklame poster, dan reklame film untuk 1 kali penyelenggaraan.

Berdasarkan apa yang dijelaskan pada Pasal 12 ayat 1 Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 maka reklame poster adalah salah satu reklame yang harus mempunyai izin legalitas untuk melakukan penempelannya. Si-Izol merupakan salah satu inovasi dari DPMPTSP yang berada di Kota Malang yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan publik. Adanya inovasi seperti ini lebih memudahkan masyarakat untuk melakukan perizinan karena tanpa harus mengantri dan juga berkerumun.¹⁰ Terdapat berbagai macam jenis pelayanan perizinan pada sistem ini yang salah satunya adalah izin

⁷ Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

⁸ Rezlyanti Kobandaha and Heince R. N. Wokas, "Analisis Efektivitas, Kontribusi Dan Potensi Pajak Reklame Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu," *Jurnal EMBA* 4, no. 1 (2016). 1464.

⁹ Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2015 tentang Penataan Reklame.

¹⁰ <https://disnakerpmptsp.malangkota.go.id/?p=6109>. Diakses pada tanggal 01 Maret 2022 Pukul 20.44.

reklame insidental. adapun syarat-syarat dalam melakukan izin reklame insidental adalah sebagai berikut : 1) Gambar Media Reklame; 2) Scan KTP; 3) Scan Formulir; 4) Surat Pernyataan Kesanggupan; 5) Scan Tanda Terima/SK Izin Keramaian; 6) Scan bukti pelunasan pajak terakhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dengan demikian jika masyarakat Kota Malang ingin melakukan penyelenggaraan reklame poster, maka harus melakukan izin dan melengkapi berbagai persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak Dinas Tenaga Kerja, Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Malang dan juga dalam rangka mentaati Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 tentang Penataan Reklame. Pasal 12 ayat 3 Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 menjelaskan bahwa izin sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf c, diberikan dalam bentuk pengesahan atau porporasi. Pasal 13 ayat 2 Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 menjelaskan bahwa izin reklame insidental sebagaimana dimaksud pada ayat 1, untuk jenis reklame insidental tanpa melalui Tim Teknis, dengan memberi tanda legalitas pada media reklame insidental oleh BP2T terkait izinnya dan oleh Dinas Pendapatan Daerah terkait pembayaran pajaknya.

Berdasarkan penjelasan daripada dua Pasal diatas, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa reklame poster yang sudah mempunyai legalitas maka akan diberikan pengesahan dan terdapat tanda pada reklame poster tersebut sebagai bukti legalitasnya. Bertolak belakang dengan ketentuan yang ada pada Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015, reklame poster yang ada di lima Kecamatan di Kota Malang tidak mempunyai ciri ataupun tanda pengesahan yang terdapat pada reklame poster tersebut. Berdasarkan dari poster yang telah peneliti paparkan diatas tidak ada satupun reklame poster yang mempunyai tanda legalitas baik itu berupa tanda tangan ataupun porporasi dan semacamnya. Oleh karena itu, maka sangat jelas sekali bahwa masih sangat banyak sekali berbagai macam reklame poster di Kota Malang yang bersifat ilegal dimana para penyelenggara menempelkan reklame posternya tanpa melakukan proses izin kepada pihak terkait.

Selain dua Pasal sebelumnya, hal yang demikian juga sesuai dengan Pasal 18 ayat 3 Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 menjelaskan bahwa izin reklame insidental untuk jenis reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat 1 huruf c, pengesahannya dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah dengan cara memberi tanda berupa porporasi. Reklame poster yang ada di pinggir jalan Kota Malang memang masih sangat banyak yang bersifat ilegal yang dikarenakan sangat marak dan cepatnya penyebaran berbagai macam jenis reklame poster yang ada di Kota Malang ini. Hal ini sebagaimana diatur dalam Pasal 2 ayat 2 Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 yang menjelaskan bahwa Tempat penataan reklamae sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf a adalah sebagai berikut : 1) Pada sarana dan prasarana kota, meliputi : a) Batas tepi luar trotoar; b) Median jalan; c) Bus shelter/halte bus; d) Jembatan penyeberangan orang; e) Pos jaga polisi/pos pengawas; f) Jam kota; g) Telepon umum; h) Bus surat; i) Tempat hiburan dan rekreasi; j) Gelanggang olah raga; k) Terminal; l) Pasar; m) Wc umum dan n) Gapura; 2) di luar sarana dan prasarana kota, meliputi : a) di atas tanah dan b) Bangunan.

Adapun terkait penanganan terhadap poster ilegal maka menjadi tugas daripada Satpol PP sebagaimana yang dijelaskan didalam Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 Pasal 34 ayat 1 yang berbunyi : Satpol PP berwenang melakukan penutupan dan pembongkaran terhadap jenis-jenis pemasangan reklame sebagai berikut : a) Pemasangan reklame yang sudah berakhir masa berlakunya dan tidak diajukan perpanjangan lain; b) Pemasangan reklame yang tidak memiliki izin; c) Pemasangan

reklame yang tidak sesuai dengan izin yang diberikan; d) Pemasangan reklame yang melanggar dan telah melalui proses sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32.

Legalitas Reklame Poster Di Pinggir Jalan Kota Malang Perspektif *Maslahah Mursalah*

Salah satu dari ditetapkannya hukum islam adalah untuk memberikan kebaikan dan kemanfaatan serta ketentraman dalam hidup manusia baik di dunia ataupun di akhirat kelak. Hukum islam selalu berkembang seiring berkembangnya zaman yang sangat pesat saat ini. Maka dari itulah sangat perlu untuk mengetahui berbagai istinbath hukum dengan problematika dimasa modern ini. Pengambilan istinbath hukum sendiri terbagi menjadi dua, yaitu yang disepakati dan yang berselisih diantaranya. Salah satu dari istinbath hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah *maslahah mursalah*. *Maslahah mursalah* merupakan salah satu cara pengambilan hukum dimana suatu problematika belum sama sekali diatur didalam nash, baik Al-Qur'an atau Al-Sunnah dengan tujuan terciptanya kemaslahatan bagi manusia dan menghindari akan sebuah kemafsadatan. Secara sederhana, Imam Ghazali memberikan pendapatnya bahwa *maslahah mursalah* adalah segala sesuatu yang menarik kepada manfaat dan menghindari daripada kerusakan.

Dalam islam tidak ditemukan bahwa satupun adanya larangan yang menyebutkan bahwa adanya larangan dalam hal menempelkan reklame poster dipinggir jalan. Maka dari itulah penulis menganalisis terhadap legalitas reklame poster yang ada di pinggir jalan Kota Malang dengan menggunakan *maslahah mursalah*. Adapun yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *maslahah mursalah* perspektif Imam Ghazali. Tujuannya dari penelitian ini menggunakan *maslahah mursalah* adalah agar dapat mengetahui apakah legalitas reklame poster yang ada di pinggir jalan Kota Malang tersebut menarik kepada kemaslahatan atau malah sebaliknya membawa kepada kerusakan.

Imam Ghazali menegaskan bahwa *maslahah mursalah* harus sesuai dengan tujuan daripada *dharuriyat al-khamsah*. Adapun *dharuriyat al-khamsah* adalah sebagai berikut: 1) Melindungi Agama; 2) Melindungi Jiwa; 3) Melindungi Akal; 4) Melindungi Keturunan; 5) Melindungi Harta Benda. Adapun pembagian *maslahah mursalah* menurut Imam Ghazali adalah sebagai berikut : Pertama, *Maslahah Mursalah* yang didasarkan pada syara': a) *Maslahah* yang didukung oleh syara' Pada *maslahah* jenis ini adalah bahwa terdapat dalil khusus yang menjadi bentuk daripada kemaslahatan tersebut. Contohnya, hukuman terhadap pencuri untuk mengembalikan barang yang dicurinya kepada pemilik aslinya jika masih utuh atau menggantinya senilai dengan barang yang dicurinya. Para ulama ushul fiqh menganalogikan hukuman ini bagi orang yang mengambil harta orang lain tanpa izin. Hal ini sesuai dengan Hadits Rasulullah yaitu : "Wajib bagi seseorang yang mengambil (barang orang lain tanpa izin) untuk mengembalikannya (HR. Ahmad, Abu Daud, at-Tirmidzi, an-Nasa'i, Ibn Majah dan al-Hakim dari Samurah); b) *Maslahah* yang tidak ditolak oleh syara'. Pada *maslahah* jenis ini tidak didukung oleh nash baik Al-Qur'an atau Al-Sunnah yang rinci, namun didukung oleh sekumpulan makna *nash* (ayat atau hadits) dan tidak ada yang membatalkannya. Pada *maslahah* jenis ini Imam Ghazali mengatakan bahwa ini dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam menetapkan hukum islam. Al-Qur'an dan Hadits tidak menyebutkan secara jelas mengenai legalitas suatu reklame poster. Namun terdapat pada suatu kandungan salah satu daripada ayat Al-Qur'an yang bisa dijadikan sebagai pertimbangan penetapan hukumnya yaitu sebagai berikut : Surah Al-Baqarah ayat 11

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ

Al-A'raf ayat 56.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا

Kesimpulan dari dua ayat diatas adalah bahwa sebagai manusia kita diharuskan untuk selalu menjaga apa yang sudah Allah ciptakan di bumi ini dengan cara selalu menjaga ketertiban dan keindahan lingkungan sekitar tanpa harus merusak alam. Hal inilah kemudian yang bisa di aplikasikan pada tujuan adanya legalitas reklame poster di pinggir jalan untuk menjaga ketertiban sehingga dapat menghindari kerusakan. Maka dari itu jika dilihat dari *masalah* yang berdasarkan syara', maka ini adalah termasuk *masalah* yang tidak ditolak oleh syara'.

KEdua, Masalah Mursalah yang didasarkan pada kekuatannya. 1) *Dharuriyyat. Masalah* pada tingkatan ini sangatlah penting sekali baik itu menyangkut perkara dunia ataupun akhirat karena jika *masalah* ini tidak terpenuhi maka akan terjadi kekacauan dalam kehidupan manusia. Pada tingkat ini harus menjaga lima prinsip fundamental tujuan syariat.¹¹ a) *Hajiyyat. Masalah* pada tingkatan ini mempunyai tingkatan yang lebih rendah daripada tingkatan sebelumnya. Jika *masalah* pada tingkatan ini tidak terpenuhi, maka tidak akan menyebabkan kekacauan ataupun kehancuran, namun hanya mengalami kesulitan dalam hidup. Tujuan *masalah* pada tingkatan ini adalah untuk memberikan kemudahan dalam setiap urusan manusia. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 185 :

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

"Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu."

Contoh dari *masalah* pada tingkatan ini adalah hal ibadah adalah adanya kebolehan meringkas dan menggabungkan sholat bagi para musafir sesuai dengan ketentuan perjalanannya. Adapun jika dari segi muamalah yaitu dibolehkannya kontrak untuk merealisasikan jual beli dalam perdagangan. b) *Tahsiniyyat. Masalah* ini merupakan tingkatan yang paling rendah karena jika tidak terpenuhi tidak akan terjadi kekacauan ataupun kerusakan. Tujuan dari *masalah* ini adalah untuk memperindah dan memperhias untuk memperoleh nilai tambah dan juga untuk memelihara suatu etika baik dalam kehidupan sehari-hari dalam bermuamalat. Contoh tingkatan ini adalah seperti syariat yang mengajarkan kita bagaimana etika ketika makan dan minum agar tidak berlebihan, adanya larangan mengkhitbah wanita yang sudah dikhitbah orang lain.¹²

Jika melihat kepada berbagai tingkatan *masalah* sebelumnya, maka adanya legalitas reklame poster dipinggir jalan Kota Malang termasuk *masalah* pada tingkatan tahsiniyyah. Hal yang demikian ini sesuai dengan adanya legalitas reklame poster yang diatur pada Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 tentang Penataan Reklame tersebut bertujuan untuk memperindah lingkungan di Kota Malang sehingga tidak terjadi kerusakan-kerusakan yang diakibatkan oleh penyelenggara reklame yang menempelkan reklamnya di sembarang tempat tanpa adanya izin. Selain itu juga jika pada tingkatan ini tidak terpenuhi maka tidak akan memberikan dampak kekacauan terhadap kehidupan baik dunia ataupun akhirat.

¹¹ Darul Faizin, "Memahami Konsep Masalah Imam Al-Gazali Dalam Pelajaran Usul Fikih," *Jurnal Mudarrisuna* 9, no. 2 (2019). 425.

¹² Darul Faizin, "Memahami Konsep Masalah Imam Al-Gazali Dalam Pelajaran Usul Fikih," *Jurnal Mudarrisuna* 9, no. 2 (2019). 428.

Ketiga, *Maslahah Mursalah* yang didasarkan pada cakupannya: a) *Maslahah 'Ammah*. *Maslahah* ini merupakan sesuatu yang bertujuan dan mengandung nilai manfaat untuk kepentingan umum dan tidak mengkhususkan orang tertentu. Baik dilihat dari manfaat yang didatangkan ataupun dilihat dari mafsadah yang dihindari. Selain itu *maslahah* ini juga harus sesuai dengan tujuan syara'. Pada *maslahah* ini tidak boleh bertentangan dengan Al-Qur'an, Hadits, ijma' dan juga qiyas.¹³ b) *Maslahah Khoshah*. *Maslahah* jenis merupakan yang bersifat pribadi dan sangatlah jarang sekali. Jika terjadi suatu pertentangan antara *maslahah* umum dan *maslahah* khusus maka yang diunggulkan atau didahulukan adalah yang bersifat umum.¹⁴ Legalitas reklame poster yang diatur dalam Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 jika dilihat dari *maslahah* berdasarkan cakupannya maka termasuk daripada *maslahah 'ammah*. Hal ini dikarenakan peraturan yang dibuat adalah untuk kepentingan dan kemanfaatan banyak orang bukan terhadap perorangan. Peraturan tersebut dibuat semata-mata untuk memberikan ketertiban dalam hidup masyarakat dan menjaga daripada kerusakan yang akan disebabkan suatu saat nanti.

Kesimpulan

Legalitas berbagai reklame poster yang ada dipinggir jalan kota Malang memang masih sangat minim. Masih banyak sekali poster-poster yang tidak memiliki legalitas izin dari pihak Dinas terkait. Hal itu dapat sendiri dibuktikan dengan penelitian yang mengambil lima poster di setiap kecamatan yang ada di Kota Malang. Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 merupakan peraturan yang mengatur tentang legalitas reklame sebagaimana perizinan reklame diatur dalam BAB V tentang perizinan reklame. Berdasarkan analisa yang peneliti lakukan terhadap poster dengan perspektif Peraturan Walikota, maka legalitas reklame poster masih banyak sekali yang tidak mempunyai izin dan hanya menempelkan sembarangan di pinggir jalan.

Jika legalitas reklame poster dipinggir jalan berdasarkan perspektif *maslahah mursalah* Imam Ghazali, maka jika di lihat dari *maslahah* berdasarkan syara' termasuk dalam *maslahah* yang tidak ditolak oleh syara' karena walaupun tidak ada dalil yang secara langsung menyatakan tentang legalitas reklame poster, tapi ada kandungan surat dalam Al-Qur'an yang bisa dijadikan dalil dalam pelaksanaannya. Jika berdasarkan tingkatannya maka termasuk tingkatan *tahsiniyyah* karena jika hal ini tidak terpenuhi maka tidak akan menyebabkan kekacauan baik kehidupan dunia ataupun akhirat. Sedangkan jika dilihat dari cakupannya, maka termasuk dari *maslahah ammah* dimana legalitas reklame yang diatur dalam Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 bersifat umum bagi seluruh masyarakat Kota Malang bukan khusus kepada salah satu individu saja.

Daftar Pustaka

Buku

Ayza, Bustamar, *Hukum Pajak Indonesia*. Jakarta: KENCANA, 2017.
Hidayah, Khoirul. *Pokok-Pokok Hukum Pajak*. Malang: Setara Press, 2020.

¹³ <https://islam.nu.or.id/syariah/fasal-tentang-maslahah-amp8216ammah-kepentingn-umum-1-SXPT0>. Diakses pada tanggal 1 Maret 2022 Pukul 01.17.

¹⁴ Imron Rosyadi, "Maslahah Mursalah Sebagai Dalil Hukum," *Jurnal Suhuf* 24, no. 1 (2012). 19.

Karya Ilmiah

- Faizin, Darul. "Memahami Konsep Masalah Imam Al-Gazali Dalam Pelajaran Usul Fikih," *Jurnal Mudarrisuna* 9, no. 2 (2019).
- Kobandaha, Rezlyanti, dan Heince R. N. Wokas, "Analisis Efektivitas, Kontribusi Dan Potensi Pajak Reklame Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Kotamobagu," *Jurnal EMBA* 4, no. 1 (2016).
- Lamia, Alfian A., David P.E. Saerang, dan Heince R.N Wokas, "Analisis Efektifitas Dan Kontribusi Pemungutan Pajak Restoran, Pajak Reklame Dan Pajak Penerangan Jalan Pada Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Minahasa Utara," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 15, no. 05 (Desember 28, 2015);, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10474>.
- Rosyadi, Imron. "Masalah Mursalah Sebagai Dalil Hukum," *Jurnal Suhuf* 24, no. 1 (2012).
- Wuryanto, L, U Sadiati, dan M.N. Afif, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Kendaraan Bermotor," *Jurnal Akunida* 5, no. 2 (2019).

Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2015 tentang Penataan Reklame.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Internet

<https://disnakerpmpmsp.malangkota.go.id/?p=6109>. Diakses pada tanggal 01 Maret 2022.

<https://islam.nu.or.id/syariah/fasal-tentang-masalah-amp8216ammah-kepentingn-umum-1-SXPto>. Diakses pada tanggal 1 Maret 2022.

<https://pajak.go.id/id/pajak>. Diakses pada tanggal 23 Februari 2022.