

**LEMBARAN DAERAH  
KOTA BANDUNG**

**TAHUN : 2003**

**TAHUN : 2003**



**NOMOR : 20**

**SERI : A**

---

**KEPUTUSAN WALIKOTA BANDUNG**

NOMOR : 1133 TAHUN 2003

TENTANG

**PERHITUNGAN HASIL NILAI SEWA REKLAME  
DAN MASA PAJAK REKLAME**

**WALIKOTA BANDUNG**

- Menimbang : a. bahwa sesuai ketentuan Pasal 5 ayat (2), Pasal 6 ayat (2) dan Pasal 11 Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003, maka dalam rangka memberikan kepastian hukum bagi pemasangan reklame di Kota Bandung perlu diatur lebih lanjut mengenai Perhitungan Hasil Nilai Sewa Reklame dan Masa Pajak Reklame yang ditetapkan dengan Keputusan Walikota Bandung;
- b. bahwa sehubungan dengan maksud huruf a di atas, perlu ditetapkan dengan Keputusan Walikota Bandung;
- Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 06 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 16 Tahun 2000;
2. Undang-undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2000;
3. Undang-undang Nomor 19 Tahun 1997 tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2000;
4. Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah;
5. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah;
6. Undang-undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Bebas dan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme;
7. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak;

8. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung dan Kabupaten Daerah Tingkat II Bandung;
9. Peraturan Pemerintah Nomor 06 Tahun 1988 tentang Koordinasi Kegiatan Instansi Vertikal di Daerah;
10. Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 1993 tentang Prasarana dan Lalu Lintas Jalan;
11. Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai Daerah Otonom;
12. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah;
13. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 06 Tahun 1995 tentang Penyelenggaraan Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan di Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung;
14. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 02 Tahun 1996 tentang Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK) Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung;
15. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 04 Tahun 1986 tentang Penyidik Pegawai Negeri Sipil yang melaksanakan Penyidikan terhadap Pelanggaran Peraturan Daerah yang Memuat Ketentuan Ancaman Pidana/Sanksi;
16. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 10 Tahun 1989 tentang Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung;
17. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 05 Tahun 2000 tentang Pola Dasar Pembangunan Daerah Kota Bandung Tahun 2000 - 2004;
18. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2001 tentang Kewenangan Daerah Kota Bandung sebagai Daerah Otonom;
19. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 09 Tahun 2001 tentang Program Pembangunan Daerah (Propeda) Kota Bandung Tahun 2000 - 2004;
20. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 17 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Reklame;
21. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2003 tentang Pajak Reklame;
22. Keputusan Walikota Bandung Nomor 1651 Tahun 2002 tentang Pola Penyebaran dan Peletakan Reklame;
23. Keputusan Walikota Bandung Nomor 1653 Tahun 2002 tentang Pemanfaatan Titik-titik Penempatan dan Pemasangan Reklame melalui Mekanisme Pelelangan;
24. Keputusan Walikota Bandung Nomor 034 Tahun 2003 tentang Mekanisme Perijinan Penyelenggaraan Reklame;

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : KEPUTUSAN WALIKOTA BANDUNG TENTANG PERHITUNGAN HASIL NILAI SEWA REKLAME DAN MASA PAJAK REKLAME.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Bandung;
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Bandung;
3. Walikota adalah Walikota Bandung;
4. Pejabat yang ditunjuk adalah Pejabat di Lingkungan Pemerintah Daerah yang berwenang dalam bidang Pajak dan mendapat pendelegasian wewenang dari Walikota;
5. Kas Daerah adalah Kas Daerah Kota Bandung;
6. Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat Pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada Daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan Daerah dan pembangunan Daerah;
7. Pajak Reklame adalah Pajak atas penyelenggaraan reklame;
8. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan/atau didengar dan suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah;
9. Pembayaran adalah jumlah yang diterima atau seharusnya diterima sebagai imbalan atas penyelenggaraan reklame yang dibayarkan kepada Pemerintah Daerah;
10. Panggung Reklame adalah sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa bidang reklame yang diatur dengan baik dalam suatu komposisi yang estetis, baik dan segi kepentingan penyelenggara, masyarakat yang melihat maupun keserasiannya dengan pemanfaatan ruang kota beserta lingkungan sekitarnya;
11. Lokasi Reklame adalah tempat pemasangan satu atau beberapa buah reklame;
12. Penyelenggaraan Reklame adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas nama sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya;

13. Kawasan/Zone adalah batasan-batasan wilayah tertentu sesuai dengan pemanfaatan wilayah tersebut yang dapat digunakan untuk pemasangan reklame;
14. Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) adalah merupakan keseluruhan pembayaran/pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, kontruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecetan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai, dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang ditempat yang telah diijinkan;
15. Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang selanjutnya disingkat (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha;
16. Reklame Megatron/Vidiotron adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar maupun tidak dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik;
17. Reklame Papan/Biliboard adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu termasuk plastic, fiber glass, kaca, batu, logam, alat penyinar atau bahan lain yang sejenis yang berbentuk lampu pijar atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) dengan cara digantung, ditempelkan dan/atau dipasang ditempat yang telah diijinkan;
18. Reklame Baligo adalah reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain yang sejenis dipasang atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, pohon, tiang;
19. Reklame Kain/Spanduk/Umbul-umbul adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis;
20. Reklame Tempol/Sticker adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar. diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi atau pihak lain dengan ketentuan luasnya tidak lebih dan 100 cm<sup>2</sup> perlembar;
21. Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan. dipasang atau digantung pada suatu benda lain;
22. Reklame Berjalan/Kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan atau benda yang bersifat bergerak/mobile yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang;
23. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara;
24. Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, pesawat atau alat lain yang sejenis;

25. Reklame Suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dan atau oleh perantara pesawat atau alat apapun;
26. Reklame Slide/Reklame Film adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan/atau diperagakan melalui pesawat televisi;
27. Surat Pemberitahuan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat SPUD adalah surat yang oleh Wajib Pajak digunakan untuk melaporkan penghitungan dan/atau pembayaran Pajak, objek pajak dan/atau bukan objek pajak, dan/atau harta dan kewajiban, menurut ketentuan peraturan perundang-undangan Perpajakan Daerah;
28. Surat Ketetapan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat SKPD adalah surat ketetapan pajak yang menentukan besarnya jumlah pokok pajak;
29. Surat Setoran Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat SSPD adalah surat yang digunakan oleh Wajib Pajak untuk melakukan pembayaran atau penyetoran pajak yang terutang ke Kas Daerah atau ke tempat lain yang ditetapkan oleh Walikota;
30. Surat Ketetapan Pajak Daerah Kurang Bayar yang selanjutnya disingkat SKPDKB adalah surat ketetapan pajak yang menentukan besarnya jumlah pokok, jumlah kredit pajak, jumlah kekurangan pembayaran pokok pajak, besarnya sanksi administrasi, dan jumlah yang masih harus dibayar;
31. Surat Ketetapan Pajak Daerah Kurang Bayar Tambahan yang selanjutnya disingkat SKPDKBT adalah surat ketetapan pajak yang menentukan tambahan atas jumlah pajak yang ditetapkan;
32. Surat Ketetapan Daerah Lebih Bayar yang selanjutnya disingkat SKPDLB adalah surat ketetapan pajak yang menentukan jumlah kelebihan pembayaran pajak karena jumlah kredit pajak lebih besar dan pada pajak yang terutang atau tidak seharusnya terutang;
33. Surat Ketetapan Pajak Daerah Nihil yang selanjutnya disingkat SKPDN adalah surat ketetapan pajak yang menentukan jumlah pokok pajak sama besarnya dengan jumlah kredit pajak atau pajak tidak terutang dan tidak ada kredit pajak;
34. Surat Tagihan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat STPD adalah surat untuk melakukan tagihan pajak dan/atau sanksi administrasi berupa bunga dan/atau denda;

## BAB II

### TARIF, NILAI SEWA REKLAME, DAN PERHITUNGAN HASIL NILAI SEWA REKLAME

#### Pasal 2

- (1) Besarnya Pajak reklame dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan dasar pengenaan pajak.
- (2) Tarif pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, adalah sebesar 25 % (dua puluh lima persen).

- (3) Dasar pengenaan pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, adalah Nilai Sewa Reklame.
- (4) Perhitungan NJOR berdasarkan besarnya komponen Biaya Penyelenggaraan Reklame, meliputi indikator:
  - a. Biaya Pembuatan/Konstruksi;
  - b. Biaya Pemeliharaan;
  - c. Lama Pemasangan;
  - d. Jenis Reklame;
  - e. Luas Bidang Reklame;
  - f. Ketinggian Reklame.
- (5) Perhitungan Nilai Strategis berdasarkan besarnya ukuran reklame, dengan indikator:
  - a. Nilai Fungsi Ruang;
  - b. Nilai Fungsi Jalan;
  - c. Nilai Sudut Pandang.

### Pasal 3

- (1) Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud ayat (3) Pasal 2, dihitung dengan Rumus:
 
$$\text{Nilai Sewa Reklame} = \text{Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)} + \text{Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)}.$$
- (2) Besarnya NJOR sebagaimana dimaksud ayat (1) Pasal ini, dihitung dengan rumus:
 
$$\text{NJOR} = (\text{Ukuran Reklame} \times \text{Harga Dasar Ukuran Reklame}) + (\text{Ketinggian Reklame} \times \text{Harga Dasar Ketinggian Reklame}).$$
- (3) Besarnya NSPR sebagaimana dimaksud ayat (1) Pasal 3, dihitung dengan rumus sebagai berikut:
 
$$\text{NSPR} = \text{Fungsi Ruang (Bobot} \times \text{Skor)} + \text{Fungsi Jalan (Bobot} \times \text{Skor)} \pm \text{Sudut Pandang (Bobot} \times \text{Skor)} \times \text{Harga Dasar Nilai Strategis}.$$
- (4) Besarnya pajak untuk Reklame minuman beralkohol dan rokok ditambah 25% dari Nilai Sewa Reklame.
- (5) Perhitungan sebagaimana dimaksud ayat (2 dan (3) Pasal ini berlaku hanya untuk 1 (satu) sisi saja, apabila terdiri dari 2 (dua) sisi maka dikalikan 2.

### Pasal 4

NJOR, NSPR, Ukuran Reklame, Harga Dasar Ukuran Reklame, Ketinggian Reklame dan Harga Dasar Ketinggian Reklame sebagaimana dimaksud pada Pasal 3 tercantum dalam Lampiran.

### Pasal 5

Untuk menghitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf-huruf tersebut berada di dalamnya;

2. Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat atau huruf-huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horisontal, hingga merupakan empat persegi;
3. Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing.

## BAB IV

### MASA PAJAK REKLAME

#### Pasal 6

Masa Pajak adalah jangka waktu tertentu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Masa Pajak adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) tahun bagi jenis pajak:
  - a. Megatron;
  - b. Vidiotron (Dinamics Board, Vidio Wall);
  - c. Billboard/Papan (Bando Jalan, Jembatan penyeberangan Orang, Papan, Neon Sigh, Neon Box);
  - d. Berjalan/Kendaraan;
  - e. Suara/Permanen.
2. Masa Pajak adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) bulan bagi jenis reklame:
  - a. Melekat (Timplat, Poster dan Stiker);
  - b. Udara/Balon;
  - c. Film/Slide;
  - d. Peragaan (Permanen).
3. Masa Pajak adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) hari bagi jenis reklame:
  - a. Baligo,
  - b. Kain/Spanduk/Umbul-umbul/Banner.
4. Masa Pajak adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) kali penyelenggaraan bagi jenis reklame:
  - a. Selebaran/Brosur/Leaflet;
  - b. Suara (tidak permanen);
  - c. Peragaan (tidak permanen).

## BAB V

### KETENTUAN PENUTUP

#### Pasal 7

Dengan berlakunya Keputusan ini maka segala ketentuan yang mengatur hal yang sama dan/atau bertentangan dengan Keputusan ini, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku lagi.

Pasal 8

Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal diundangkan.

Agar setiap orang dapat mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Keputusan ini dengan penempatannya dalam Lembaran Daerah Kota Bandung.

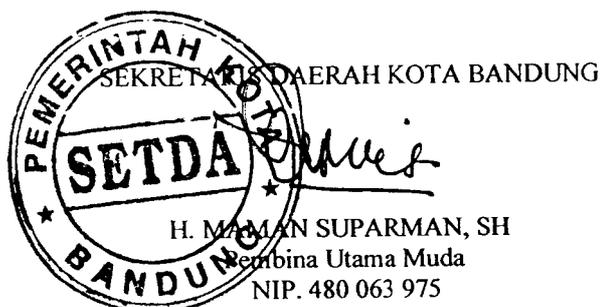
Disahkan di Bandung  
pada tanggal 17 Juli 2003

WALIKOTA BANDUNG,

TTD

AA TARMANA

Diundangkan di Bandung  
Pada tanggal 17 Juli 2003



LEMBARAN DAERAH KOTA BANDUNG TAHUN 2003 NOMOR 20 SERI A

LAMPIRAN : KEPUTUSAN WALIKOTA BANDUNG  
 NOMOR : 1133 TAHUN 2003  
 TANGGAL : 17 JULI 2003

PERHITUNGAN HASIL NILAI SEWA REKLAME

No.	Jenis Reklame	Masa Pajak	Nilai Jual Pajak Reklame (NJOR)				Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)						
			Harga Dasar Ukuran Reklame (Rp./M2)		Harga Dasar Ketinggian Reklame	Nilai Fungsi Ruang		Nilai Fungsi Jalan		Nilai Sudut Pandang			
			< 10	10 - 50		> 50	< 10	Bobot 60%	Skor	Bobot 15%	Skor	Bobot 25%	Skor
1	Megatron/Videotron: a. Megatron b. Videotron: - Video Wall - Dinamics Board Biliboard/Papan:	Pertahun	1.500.000	2.000.000	2.500.000	/M2	200.000/M	Kawasan Khusus Kawasan Selektif Kawasan Umum :	Arteri/Primer Jalan Nasional	10	10	4 Arah	10
2	a. Bando Jalan/JPO b. Papan/Neon Sign/Neon c. Baligo	Per Tahun Per Tahun Per Hari	1.500.000 750.000 5.000	2.000.000 1.000.000 5.000	2.500.000 1.250.000 -	/M2 /M2 /M2	100.000/M 100.000/M	a. Kawasan Perdagangan b. Kawasan Perdagangan	Arteri Sekunder /Jalan Propinsi	10	8	3 Arah 2 Arah	6 4
3	Kain/Spanduk/Umbul-umbul /Banner	Per Hari	3.000	3.000	-	/M2	-	Kawasan Umum : a. Perkantoran b. Campuran	Kolektor	6	6	1 Arah	2
4	Selebaran/Brosur/Leaflet	Per-Penyelenggaraan Per Tahun	-	-	3.000	/Lbr Folio	-	Kawasan Umum	-	2	4	-	-
5	Berjalan/Kendaraan	Per-Bulan	20.000	-	3.500.000	/M2	-	a. Perumahan b. Industri	Lokal / Lingkungan	2	4	-	-
6	Melekat: a. Poster/Melekat/Stiker b. Template	Per-Bulan Per-Bulan Per-Bulan	-	25	-	/cm2	25	-	-	-	-	-	-
7	Udara/Balon	Per Tahun	-	-	3.000.000	/Buah	-	-	-	-	-	-	-
8	Suara a. Permanen b. Tidak Permanen	Per-Penyelenggaraan Per-Bulan	20.000 10.000	1.000	10.000	/Lokasi /Lokasi	10.000	-	-	-	-	-	-
9	Film/Slide	Per-Bulan	-	-	1.000	/10 dtk	-	-	-	-	-	-	-
10	Peragaan a. Permanen b. Tidak Permanen	Per-Penyelenggaraan	50.000 30.000	-	30.000	/Lokasi /Lokasi	-	-	-	-	-	-	-

1. Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) adalah sebagai berikut:  
 Ukuran Reklame = 50 M2 = Rp. 2.500.000,-  
 Ukuran Reklame diantara 10 - 50 M2 = Rp. 1.000.000,-  
 Ukuran Reklame diantara 3 - 99 M2 = Rp. 500.000,-  
 Ukuran Reklame = 2,99 M2 = Rp. 200.000,-  
 Khusus Kain/Spanduk/Umbul-umbul/Banner = Rp. 25.000,-

2. Sudut Pandang dibedakan berdasarkan lokasi titik reklame terhadap jumlah arah arus lalintas disekitar penempatannya yg dapat ditentukan dari persimpangan lima, persimpangan empat, jalan dua arah arah dari jalan satu arah.

3. Untuk Reklame dalam ruangan (indoor), Jumlah Sudut Pandang = 1

WALIKOTA BANDUNG  
 TTD  
 AA TARMANA