



WALIKOTA SURABAYA
PROVINSI JAWA TIMUR

SALINAN

PERATURAN WALIKOTA SURABAYA
NOMOR 86 TAHUN 2022

TENTANG

PERUBAHAN KEDUA ATAS PERATURAN WALIKOTA SURABAYA NOMOR 70
TAHUN 2010 TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA SURABAYA,

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka pelaksanaan ketentuan Pasal 26 ayat (6) Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah, telah ditetapkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 48 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame;
- b. bahwa dalam rangka pelaksanaan ketentuan Pasal 19 ayat (2) Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 2 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan, dalam pencantuman logo perusahaan atau produk perusahaan harus tetap melakukan pembayaran pajak guna melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan, maka Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 48 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu ditinjau kembali;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Walikota tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah Kota Besar dalam Lingkungan Propinsi Jawa Timur/Jawa Tengah/Jawa Barat dan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1965 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1965 Nomor 19 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2730);

2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 143 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6801);
3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679);
4. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 4 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6757);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2017 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 73 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5041);
6. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 2036) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 120 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 157);
7. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 1999 tentang Pedoman Cara Penghitungan Nilai Sewa Reklame;
8. Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2011 Nomor 4 Tambahan Lembaran Daerah Kota Surabaya Nomor 3);
9. Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 12 Tahun 2014 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surabaya Tahun 2014-2034 (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2014 Nomor 12 Tambahan Lembaran Daerah Kota Surabaya Nomor 10);

10. Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Surabaya (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2016 Nomor 12, Tambahan Lembaran Daerah Kota Surabaya Nomor 10) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 3 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Surabaya (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2021 Nomor 3, Tambahan Lembaran Daerah Kota Surabaya Nomor 3);
11. Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Reklame (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2019 Nomor 5 Tambahan Lembaran Daerah Kota Surabaya Nomor 5);
12. Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 2 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2021 Nomor 2 Tambahan Lembaran Daerah Kota Surabaya Nomor 2);
13. Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame (Berita Daerah Kota Surabaya Tahun 2010 Nomor 101) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 48 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame (Berita Daerah Kota Surabaya Tahun 2015 Nomor 49);
14. Peraturan Walikota Nomor 21 tahun 2018 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame (Berita Daerah Kota Surabaya Tahun 2018 Nomor 21);
15. Peraturan Walikota Surabaya Nomor 90 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya (Berita Daerah Kota Surabaya Tahun 2021 Nomor 90).

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA TENTANG PERUBAHAN KEDUA ATAS PERATURAN WALIKOTA SURABAYA NOMOR 70 TAHUN 2010 TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME.

Pasal I

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame (Berita Daerah Kota Surabaya Tahun 2010 Nomor 101) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 48 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 70 Tahun 2010 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame (Berita Daerah Kota Surabaya Tahun 2015 Nomor 49), diubah sebagai berikut:

1. Ketentuan angka 17 dan angka 19 diubah, diantara angka 2 dan angka 3 disisipkan 2 (dua) angka baru yakni angka 2a dan angka 28, setelah angka 26 ditambahkan 3 (tiga) angka baru yakni angka 27, angka 28 dan angka 29, sehingga Pasal 1 berbunyi sebagai berikut:

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Surabaya.
2. Pajak Daerah yang selanjutnya disebut Pajak adalah kontribusi wajib kepada Daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.
- 2a. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang selanjutnya disingkat TSLP adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.
- 2b. Penyelenggara reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
3. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.
4. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.
5. Reklame Megatron adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) menggunakan layar monitor maupun tidak, berupa gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah, terprogram dan menggunakan tenaga listrik. Termasuk didalamnya Videotron dan *Elektronik Display*.

6. Reklame Papan atau Billboard adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan) terbuat dari papan, kayu, seng, pelat, collibrite, vynil, aluminium, fiber glass, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang, dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.
7. Reklame Berjalan adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan atau benda yang dapat bergerak, yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa/didorong/ditarik oleh orang. Termasuk didalamnya reklame pada gerobak/rombong, kendaraan baik bermotor ataupun tidak.
8. Reklame Baliho adalah reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain dan dipasang pada konstruksi yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidental.
9. Reklame Kain adalah reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu even atau kegiatan yang bersifat insidental dengan menggunakan bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis. Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, bendera, flag chain (rangkaian bendera), tenda, krey, banner, giant banner dan standing banner.
10. Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk di dalamnya adalah brosur, leaflet, dan reklame dalam undangan.
11. Reklame Melekat atau Stiker adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara ditempelkan, dilekatkan, dipasang atau digantung pada suatu benda.
12. Reklame Film atau Slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise (celluloide) berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan.
13. Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
14. Reklame Apung adalah reklame insidental yang diselenggarakan di permukaan air atau di atas permukaan air.

15. Reklame Suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
16. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
17. Reklame Permanen adalah reklame tetap dalam bentuk reklame megatron dan reklame papan.
18. Reklame Terbatas adalah reklame megatron dan reklame papan dengan luas bidang lebih dari 8 m² (delapan meter persegi) yang diselenggarakan di lokasi persil atau reklame megatron dan reklame papan yang diselenggarakan di lokasi bukan persil.
19. Reklame Insidentil adalah reklame yang diselenggarakan dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari.
20. Nilai Sewa Reklame adalah nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame.
21. Nilai Jual Objek Pajak Reklame adalah jumlah nilai perolehan harga/ biaya pembuatan, biaya pemasangan dan biaya pemeliharaan reklame yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggara reklame yang diperoleh berdasarkan estimasi yang wajar dan dapat dipertanggungjawabkan.
22. Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame adalah ukuran/standar nilai yang ditetapkan pada lokasi penyelenggaraan reklame berdasarkan pertimbangan ekonomi dan/atau nilai promotif.
23. Jaminan Biaya Bongkar adalah biaya yang dibayarkan oleh penyelenggara reklame kepada Pemerintah Daerah yang dipergunakan oleh Pemerintah Daerah untuk membongkar reklame dan untuk pemulihan/perbaikan kembali lokasi/tempat bekas diselenggarakannya reklame, apabila lokasi/tempat tersebut merupakan milik atau dikuasai oleh Pemerintah Daerah.
24. Kelas Jalan Reklame adalah klasifikasi jalan menurut tingkat strategis dan komersial untuk penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Kepala Daerah.
25. Sudut Pandang Reklame adalah mudah tidaknya titik reklame dilihat oleh konsumen, yang ditentukan berdasarkan dari persimpangan lima, persimpangan empat, persimpangan tiga, jalan dua arah dan jalan satu arah yang dinyatakan dalam skor.
26. Ketinggian Reklame adalah jarak tegak lurus imajiner antara ambang paling atas bidang reklame dengan permukaan tanah dimana reklame tersebut berdiri.

27. Luas bidang reklame adalah nilai yang didapatkan dari perkalian antara lebar dengan panjang bidang reklame.
28. Materi reklame adalah naskah, tulisan, gambar, logo, suara, dan warna yang terdapat dalam bidang reklame.
29. Perangkat Daerah adalah unsur Pembantu Walikota dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan urusan Pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
2. Ketentuan ayat (1) Pasal 9 dihapus, sehingga Pasal 9 berbunyi sebagai berikut :

Pasal 9

- (1) Dihapus.
- (2) Bidang reklame yang tidak berbentuk persegi dan/atau tidak berbingkai, luas reklame dihitung dari logo, warna, gambar, kalimat atau huruf-huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horisontal hingga merupakan empat persegi panjang dan merupakan satu kesatuan.
- (3) Penghitungan luas bidang reklame yang mempunyai bingkai, dihitung dari materi reklame yang telah terpasang sesuai dengan titik pengajuan permohonan reklame.
- (4) Bidang reklame yang membentuk pola atau bentuk lainnya, dihitung berdasarkan rumus luasannya..
3. Diantara BAB IV dan BAB V ditambahkan 1 (satu) BAB baru yakni BAB IVA, diantara Pasal 9 dan Pasal 10 ditambahkan 5 (lima) Pasal baru yakni Pasal 9A, Pasal 9B, Pasal 9C, Pasal 9D dan Pasal 9E, sehingga berbunyi sebagai berikut:

BAB IVA PENETAPAN PAJAK REKLAME ATAS TSLP

Pasal 9A

- (1) Perusahaan yang melaksanakan TSLP dapat mencantumkan logo perusahaan atau produk perusahaan.
- (2) Pencantuman logo Perusahaan atau produk Perusahaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), tidak menghapus kewajiban Perusahaan untuk membayar pajak.

Pasal 9B

Yang termasuk Pajak Reklame atas TSLP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9A ayat (1), terdiri atas:

- a. logo perusahaan; atau
- b. produk perusahaan.

Pasal 9C

Pajak reklame atas TSLP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9B, ditetapkan sebesar:

- a. logo perusahaan adalah 10% (sepuluh) persen dari perhitungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7, Pasal 8 ayat (2), Pasal 8 ayat (3), Pasal 8 ayat (4), Pasal 8 ayat (5), Pasal 8 ayat (6) dan Pasal 9.
- b. produk perusahaan adalah 20% (dua puluh) persen dari perhitungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7, Pasal 8 ayat (2), Pasal 8 ayat (3), Pasal 8 ayat (4), Pasal 8 ayat (5), Pasal 8 ayat (6) dan Pasal 9.

Pasal 9D

Pajak reklame atas TSLP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9B dilampiri dokumen dari Perangkat Daerah yang menyatakan bahwa reklame tersebut merupakan TSLP dengan Pemerintah Kota Surabaya.

Pasal 9E

Penetapan Pajak Reklame TSLP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9C tidak berlaku untuk materi reklame produk perusahaan rokok.

Pasal II

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Walikota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Surabaya

Ditetapkan di Surabaya
pada tanggal 2 September 2022

WALIKOTA SURABAYA,

ttd

ERI CAHYADI

Diundangkan di Surabaya
pada tanggal 2 September 2022

SEKRETARIS DAERAH KOTA SURABAYA,

ttd

HENDRO GUNAWAN

BERITA DAERAH KOTA SURABAYA TAHUN 2022 NOMOR 87

Salinan sesuai dengan aslinya,

KERALA BAGIAN
HUKUM DAN KERJASAMA


Sidhartha Praditya Revienda Putra, SH.,MH.

Jaksa Madya

NIP. 19780307 200501 1 004