



## **WALIKOTA SURABAYA**

**SALINAN**

### **PERATURAN WALIKOTA SURABAYA NOMOR 14 TAHUN 2009**

#### **TENTANG**

#### **PENETAPAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME, NILAI STRATEGIS PENYELENGGARAAN REKLAME DAN PERHITUNGAN PAJAK REKLAME**

#### **WALIKOTA SURABAYA,**

- Menimbang** :
- a. bahwa untuk menghitung besarnya pajak reklame telah ditetapkan Keputusan Walikota Surabaya Nomor 76 Tahun 2001 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame Sebagai Dasar Penghitungan Pajak reklame;
  - b. bahwa dasar perhitungan pajak reklame sebagaimana diatur dalam Keputusan Walikota Surabaya Nomor 76 Tahun 2001 sebagaimana dimaksud dalam huruf a, sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan perekonomian dan Penataan Ruang Kota serta Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame sehingga Keputusan Walikota dimaksud perlu ditinjau kembali;
  - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b serta dalam rangka pelaksanaan ketentuan Pasal 36 ayat (3) Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame, perlu menetapkan Peraturan Walikota tentang Penetapan Nilai Jual Objek Pajak Reklame, Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame dan Perhitungan Pajak 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 Tahun 1965 Nomor 19 Tambahan Lembaran Negara Nomor 2730);
  2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 41 Tambahan Lembaran Negara Nomor 3685) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 (Lembaran Negara Tahun 2000 Nomor 246 Tambahan Lembaran Negara Nomor 4048);

3. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Tahun 2004 Nomor 53 Tambahan Lembaran Negara Nomor 4389);
4. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Tahun 2004 Nomor 125 Tambahan Lembaran Negara Nomor 4437) sebagaimana telah diubah kedua kali dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 (Lembaran Negara Tahun 2008 Nomor 59 Tambahan Lembaran Negara Nomor 4844);
5. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Tahun 2004 Nomor 132 Tambahan Lembaran Negara Nomor 4444);
6. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah (Lembaran Negara Tahun 2001 Nomor 118 Tambahan Lembaran Negara Nomor 4138);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2005 tentang Pedoman Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Tahun 2005 Nomor 165 Tambahan Lembaran Negara Nomor 4593);
8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 53 Tahun 2007 tentang Pengawasan Peraturan Daerah dan Peraturan Kepala Daerah;
9. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 1999 tentang Pedoman Cara Penghitungan Nilai Sewa Reklame;
10. Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2006 Nomor 8);
11. Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 3 Tahun 2007 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surabaya (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2007 Nomor 3);
12. Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2008 tentang Organisasi Perangkat Daerah (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2008 Nomor 8);
13. Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 Tahun 2006 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame (Berita Daerah Kota Surabaya Tahun 2006 Nomor 85).

**MEMUTUSKAN :**

**Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA TENTANG PENETAPAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME, NILAI STRATEGIS PENYELENGGARAAN REKLAME DAN PERHITUNGAN PAJAK REKLAME.**

**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 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.
3. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.
4. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, 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 dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah.
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, tinsplate, collibrite, vynil, aluminium, fiberglas, 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 / rombongan, 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 (rangkain 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 Suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
15. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
16. Nilai Sewa Reklame adalah nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame.

17. 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.
18. Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame adalah ukuran/standar nilai yang ditetapkan pada lokasi penyelenggaraan reklame berdasarkan pertimbangan ekonomi dan/atau nilai promotif.

## **BAB II NILAI PAJAK 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) sebesar 25% (dua puluh lima persen).
- (3) Dasar pengenaan pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah Nilai Sewa Reklame.

### **Pasal 3**

- (1) Penetapan Nilai Pajak Reklame dibulatkan ke atas menjadi kelipatan Rp. 100,00 (seratus rupiah).
- (2) Apabila suatu objek pajak reklame dapat digolongkan lebih dari satu jenis reklame, maka nilai pajaknya ditetapkan menurut jenis reklame yang tarifnya paling tinggi.

## **BAB III NILAI SEWA REKLAME**

### **Pasal 4**

Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (3) dihitung berdasarkan penjumlahan Nilai Jual Objek Pajak Reklame dan Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame.

### **Pasal 5**

Komponen Nilai Jual Objek Pajak Reklame terdiri dari :

- a. nilai perolehan harga/biaya pembuatan reklame;
- b. biaya pemasangan reklame;
- c. biaya pemeliharaan reklame.

### **Pasal 6**

- (1) Komponen Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame terdiri dari :
  - a. guna lahan;
  - b. ukuran reklame;
  - c. sudut pandang;
  - d. kelas jalan;
  - e. harga titik/lokasi pemasangan reklame.
- (2) Komponen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberi bobot secara bervariasi dengan bobot yang lebih besar pada komponen yang lebih dominan.
- (3) Jumlah bobot komponen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah 100 % (seratus persen).

### **Pasal 7**

- (1) Guna lahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (1) huruf a dapat dikelompokkan menjadi antara lain :
  - a. fasilitas umum komersial dan jasa;
  - b. ruang terbuka hijau;
  - c. permukiman;
  - d. pendidikan;
  - e. kesehatan;
  - f. pergudangan;
  - g. industri.
- (2) Ukuran reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (1) huruf b ditetapkan berdasarkan luas reklame yang dipasang dan dikelompokkan dalam kelas interval.
- (3) Sudut pandang reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (1) huruf c dibedakan berdasarkan mudah tidaknya titik reklame dilihat yang dapat ditentukan dari persimpangan lima, persimpangan empat, jalan dua arah dan jalan satu arah.

- (4) Kelas jalan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (1) huruf d dapat dibedakan berdasarkan lebar jalan dan dikelompokkan dalam kelas interval.
- (5) Kelompok/kelas interval dari masing-masing komponen sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), ayat (3) dan ayat (4) diberi skor dalam bentuk angka index yang menggambarkan nilai dari kelompok/kelas interval.

### **Pasal 8**

- (1) Nilai Strategis dihitung sebagai perkalian antara nilai titik dengan harga titik.
- (2) Nilai titik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diperoleh dengan menjumlahkan perkalian antara bobot dan skor dari seluruh komponen.

### **Pasal 9**

Besaran Komponen Nilai Jual Objek Pajak Reklame, Komponen Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame dan Nilai Titik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5, Pasal 6 ayat (1) dan Pasal 8 ayat (2) serta perhitungan Nilai Sewa Reklame, dinyatakan dalam Lampiran Peraturan Walikota ini.

### **Pasal 10**

- (1) Untuk materi rokok, besarnya Nilai Sewa reklame ditambah 25% (dua puluh lima persen).
- (2) Setiap penambahan ketinggian reklame sampai dengan 15 m (lima belas meter) pertama, besarnya Nilai Sewa Reklame ditambah 20% (dua puluh persen).
- (3) Ukuran luas dan ketinggian reklame, dibulatkan ke atas dua digit dibelakang koma.

### **Pasal 11**

Nilai strategis pemasangan reklame untuk jenis reklame selain reklame megatron/videotron dan reklame papan/billboard, besarnya dihitung dan ditetapkan 70 % (tujuh puluh persen) dari skor tertinggi nilai strategis jenis reklame megatron/videotron.

**BAB IV**  
**KETENTUAN PENUTUP**

**Pasal 12**

Pada saat Peraturan Walikota ini mulai berlaku, maka Keputusan Walikota Surabaya Nomor 76 Tahun 2001 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame Sebagai Dasar Penghitungan Pajak Reklame (Lembaran Daerah Kota Surabaya Tahun 2001 Nomor 69) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

**Pasal 13**

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 24 Februari 2009**

**WALIKOTA SURABAYA,**

**ttd**

**BAMBANG DWI HARTONO**

Diundangkan di Surabaya  
pada tanggal 24 Februari 2009

**SEKRETARIS DAERAH KOTA SURABAYA,**

**ttd**

**SUKAMTO HADI**

**BERITA DAERAH KOTA SURABAYA TAHUN 2009 NOMOR 22**

Salinan sesuai dengan aslinya

**a.n. SEKRETARIS DAERAH**

Asisten Pemerintahan

u.b

**Kepala Bagian Hukum,**

**MOH. SUHARTO WARDOYO, SH. M. Hum.**

Penata Tingkat I

NIP. 510 124 857



**LAMPIRAN PERATURAN WALIKOTA SURABAYA**  
**NOMOR : 14 TAHUN 2009**  
**TANGGAL : 24 FEBRUARI 2009**

**BESARAN KOMPONEN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME,  
 KOMPONEN NILAI STRATEGIS PENYELENGGARAAN REKLAME DAN NILAI TITIK**

**A. REKLAME TETAP**

No	Jenis Reklame	Masa Pajak	Nilai Jual Objek Pajak ( Rp./m <sup>2</sup> )				Nilai Strategis					
			Luas Bidang ( Rp./ m <sup>2</sup> )			Ketinggian (Rp. / m)	Lokasi		Sudut Pandang		Ketinggian	
			≤ 4,99 m <sup>2</sup>	5 - 24,99 m <sup>2</sup>	≥ 25 m <sup>2</sup>		Bobot = 60 %	Skor	Bobot = 15 %	Skor	Bobot = 25 %	Skor
1	Megatron / Videotron/ Electronic Display	Per Tahun	3,913,000	4,891,000	6,848,000	196,000	Jalan Kelas I	10	> dari 4 arah	10	≥ 15 m	10
2	Billboard / Papan	Per Tahun	979,000	1,468,000	1,957,000	196,000	Jalan Kelas II	5	4 arah	8	10 - 14,99 m	8
3	Berjalan/Kendaraan	Per Tahun	98,000	147,000	147,000		Jalan Kelas III	1	3 arah	6	6 - 9,99 m	6
									2 arah	4	3 - 5,99 m	4
									1 arah	2	0 - 2,99 m	2

**Keterangan :**

1. Nilai Satuan Nilai Strategis adalah sebagai berikut :
  - a. luas reklame ≥ 40 m<sup>2</sup> = Rp. 9,782,000.00
  - b. luas reklame 20-39,99 m<sup>2</sup> = Rp. 5,869,000.00
  - c. luas reklame 10-19,99 m<sup>2</sup> = Rp. 1,957,000.00
  - d. luas reklame 3-9,99 m<sup>2</sup> = Rp. 979,000.00
  - e. luas reklame < 3 m<sup>2</sup> = Rp. 392,000.00
2. Untuk Jenis Reklame Berjalan/Kendaraan :
  - a. skor lokasi = 10
  - b. skor sudut pandang = 10
  - c. ketinggian = 0

**B. REKLAME INSIDENTIL**

No	Jenis Reklame	Masa Pajak	Satuan	Nilai Jual Objek Pajak	Nilai Strategis			Keterangan
				Tarif	Jalan Kelas I	Jalan Kelas II	Jalan Kelas III	
1	Baliho	Per Hari	Rp. / m <sup>2</sup>	20,000	20,000	10,000	4,000	> dari 4 arah
2	Kain / Spanduk / Umbul- Umbul	Per Hari	Rp. / m <sup>2</sup>	20,000	20,000	10,000	4,000	4 arah
3	Selebaran/ Brosur / Leaflet	Per Penyelenggaraan	Rp. / lembar	400				sekurang-kurangnya Rp. 196,000,00/ penyelenggaraan
4	Melekat / Stiker	Per Penyelenggaraan	Rp. / cm <sup>2</sup>	50				sekurang-kurangnya Rp. 490,000,00 / penyelenggaraan
5	Film / Slide :							dengan pembulatan 10 detik ke atas
	a. dengan suara	Per Penyelenggaraan	Rp. / 10 detik	1,000				
	b. tanpa suara	Per Penyelenggaraan	Rp. / 10 detik	700				
6	Udara	Per Penyelenggaraan	Rp.	15,651,000				paling lama 1 (satu) bulan
7	Suara	Per Menit	Rp. / 10 menit	2,000				
8	Peragaan :							
	diluar ruangan yang bersifat permanen	Per Hari	Rp. / hari	118,000				sekurang-kurangnya Rp. 196,000,00/ penyelenggaraan
	bersifat tidak permanen	Per Penyelenggaraan	Rp.	98,000				

**Keterangan :**

- 1 Untuk reklame dalam ruangan (indoor) ; Skor Sudut Pandang = 2
- 2 Untuk reklame minuman keras dan rokok besarnya pajak ditambah 25 %

Salinan sesuai dengan aslinya

**a.n. SEKRETARIS DAERAH**

Asisten Pemerintahan

u.b

Kepala Bagian Hukum,

**MOH. SUHARTO WARDOYO, SH, M. Hum.**

Penata Tingkat I

NIP. 510 124 857

**WALIKOTA SURABAYA,**

ttd

**BAMBANG DWI HARTONO**