WALI KOTA GORONTALO

PROVINSI GORONTALO

PERATURAN WALI KOTA GORONTALO

NOMOR 30 TAHUN 2021

TENTANG

TATA CARA PERHITUNGAN NILAI SEWA, NILAI STRATEGIS DAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALI KOTA GORONTALO,

Menimbang : a. bahwa dengan berlakunya Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pajak Daerah, maka untuk melaksanakannya perlu ada aturan pelaksanaan;

b. bahwa aturan pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2020 memuat aturan-aturan yang lebih terperinci sebagai penjabaran dari Peraturan Daerah;

c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b perlu menetapkan Peraturan Wali Kota tentang Tata Cara Perhitungan Nilai Sewa, Nilai Strategis, dan Nilai Jual Objek Pajak Reklame;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 29 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah-daerah Tingkat II di Sulawesi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1959 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1822);

2. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2000 tentang Pembentukan Provinsi Gorontalo (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 258, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4060);

3. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049) sebagaimana

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);

4. 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 beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2016 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Pemungutan Pajak Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5950);
6. Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pajak Daerah (Lembaran Daerah Kota Gorontalo Tahun 2020 Nomor 4, Tambahan Lembaran Daerah Kota Gorontalo Nomor 226);

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : PERATURAN WALI KOTA GORONTALO TENTANG TATA CARA PERHITUNGAN NILAI SEWA, NILAI STRATEGIS DAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Wali Kota ini, yang dimaksud dengan :

1. Daerah adalah Kota Gorontalo.
2. Pemerintah Daerah adalah Wali Kota dan perangkat Daerah sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah.

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

3. Kepala Daerah adalah Wali Kota Gorontalo.
4. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang selanjutnya disebut DPRD adalah Lembaga Perwakilan Rakyat Daerah Kota Gorontalo sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah.
5. Peraturan Kepala Daerah adalah Peraturan Wali Kota Gorontalo.
6. Badan adalah Badan Keuangan Kota Gorontalo
7. Pejabat adalah pegawai yang diberi tugas tertentu dibidang Perpajakan Daerah dan atau Retribusi Daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
8. 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.
9. Badan adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha, maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, Perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), atau Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.
10. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.
11. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang berbentuk 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.
12. Penyelenggaraan Reklame adalah setiap orang atau badan hukun yang menyelenggarakan reklame baik untuk atas nama sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
13. Kas Daerah adalah Kas Daerah Kota Gorontalo.
14. Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD) adalah Nomor yang diberikan kepada Wajib Pajak Daerah sebagai sarana dalam administrasi perpajakan daerah yang dipergunakan sebagai tanda pengenal diri atau

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

identitas Wajib Pajak Daerah dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya.

15. Dalam Sarana Pemerintah adalah bagian ruang kota yang status pemilikannya dikuasai Negara/Daerah dan penggunaannya untuk kepentingan umum sesuai dengan peruntuk yang ditetapkan dalam rencana kota seperti bahu jalan/trotoar, bantaran kali, halte bus, jembatan penyebrangan, taman, dan lain sebagainya
16. Diluar Sarana Pemerintah adalah bagian dari ruang kota yang status pemilikannya perseorangan atau badan tertentu yang pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana kota.
17. Dalam gedung atau bangunan *(indoor)* adalah lokasi atau titik pemasangan reklame berada didalam gedung atau bangunan, misalnya lobby hotel, kamar hotel, dalam ruangan restoran dan lain sebagainya.
18. Luar gedung atau bangunan *(outdoor)* adalah lokasi atau titik pemasangan reklame berada diluar gedung atau bangunan, seperti diatas pintu masuk, di atas atap gedung atau menempel pada dinding luar bangunan.
19. Surat Ketetapan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat SKPD adalah SKPD yang menentukan besarnya jumlah pokok pajak terutang.

BAB II
MAKSUD, TUJUAN, DAN RUANG LINGKUP

Pasal 2

Maksud disusunnya Peraturan Wali Kota ini adalah sebagai pedoman bagi Instansi yang melakukan Pelayanan Pajak dalam perhitungan nilai sewa reklame di Kota Gorontalo.

Pasal 3

Tujuan disusunnya Peraturan Wali Kota ini adalah untuk meningkatkan efisiensi, efektifitas dan optimalisasi penerimaan pajak reklame di Kota Gorontalo.

Pasal 4

Ruang Lingkup Peraturan Wali Kota ini adalah:

a. subjek dan objek pajak reklame;
b. dasar pengenaan tarif dan cara perhitungan; dan
c. jangka waktu pajak.

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

BAB III

SUBJEK DAN OBJEK PAJAK REKLAME

Pasal 5

(1) Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau melakukan pemasangan reklame.

(2) Objek pajak adalah semua penyelenggaraan reklame yang meliputi:

a. reklame papan/billboard/videotron/megatron/LED, dan sejenisnya;

b. reklame kain, spanduk, umbul-umbul, baliho, bendera dan sejenisnya;

c. reklame melekat, stiker;

d. reklame selebaran;

e. reklame berjalan termasuk pada kendaraan;

f. reklame udara;

g. reklame apung;

h. reklame suara;

i. reklame film;

j. reklame slide; dan

k. reklame peragaan.

(3) Objek Pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi:

a. reklame papan/billboard/videotron/megatron adalah reklame yang terbuat dari bahan kayu, plastik, *fiberglass*, kaca, batu, logam, seng, rangkaian elektronik atau bahan lainnya yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan pada benda lain;

b. reklame kain, spanduk, umbul-umbul, baliho dan bendera adalah reklame yang terbuat dari kain, karet atau bahan yang sejenis;

c. reklame melekat, stiker adalah reklame yang ditempelkan atau dilekatkan pada benda lain;

d. reklame selebaran adalah reklame yang disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan atau dilekatkan pada benda lain;

e. reklame berjalan termasuk pada kendaraan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara membawa reklame berkeliling oleh orang dengan berjalan kaki, termasuk dalam hal ini reklame yang

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

diselenggarakan dengan cara membawa, ditempelkan atau ditempatkan pada kendaraan;

f. reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan mempergunakan sarana balon udara/gas, pesawat atau alat lainnya;

g. reklame apung adalah reklame yang diselenggarakan di atas air (mengapung) atau mengapung diatas sungai atau laut;

h. reklame suara adalah reklame dengan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau perantara alat atau pesawat apapun;

i. reklame film adalah setiap reklame yang menggunakan sarana film yang diputar pada layar atau benda lain atau dipancarkan melalui proyektor;

j. reklame slide adalah reklame yang untuk menyelenggarakannya dipergunakan klise berupa kaca, bahan-bahan lain sebagai alat untuk diproyeksikan pada layar atau benda lain yang dipancarkan melalui proyektor; dan

k. reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menempatkan suatu barang atau produk pada suatu tempat tertentu.

BAB IV
DASAR PENGENAAN, TARIF DAN CARA PERHITUNGAN

Bagian Kesatu
Dasar Pengenaan

Pasal 6

(1) Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame

(2) Dalam hal reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan berdasarkan nilai kontrak Reklame yang dilampirkan saat pembayaran Pajak Reklame.

(3) Dalam hal Reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah dan ukuran media reklame.

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

(4) Dalam hal Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor-faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (3).

Pasal 7

(1) Komponen Nilai Jual Objek Pajak Reklame terdiri dari :
   a. jenis reklame;
   b. harga satuan reklame;
   c. jumlah sisi reklame;

(2) Ukuran media reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a ditetapkan berdasarkan luas bidang reklame yang dipasang.

(3) Untuk reklame berjalan, indikator penentu dapat diberlakukan terhadap domisili/tempat kedudukan kantor pemilik/penyelenggara reklame.

(4) Harga satuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, diukur berdasarkan pada jenis, bahan dan biaya pembuatan reklame.

(5) Jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c, diukur dari lamanya waktu penyelenggaraan reklame.

Pasal 8

(1) Komponen Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame terdiri dari :
   a. nilai titik;
   b. nilai kawasan;
   c. nilai sudut pandang reklame; dan
   d. harga satuan;

(2) Nilai Strategis dihitung berdasarkan nilai titik pada suatu kawasan.

(3) Nilai titik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a diperoleh berdasarkan kriteria tingkat strategis dan komersial peletakan reklame dan diberi bobot 30 % (tiga puluh persen).

(4) Indikator penentu nilai kawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b diukur berdasarkan klasifikasi kawasan sesuai tingkat strtegis kawasan penempatan reklame dan diberi bobot 40 % (empat puluh persen) dengan klasifikasi sebagai berikut :
   a. klasifikasi A;

      Jl. Hi. Nani Wartabone, Komp. Pertokoan (Jl. MT. Haryono, Jl. Jend. Soeprapto, Jl. Jend. Sutoyo, Jl. Jend. S. Parman, Jl. 23 Januari,

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

Jl. Raja Eyato), Jl. Sultan Hasanudin, Jl. HB. Jassin, Jl. Jend. Sudirman, Jl. John Aryo Katili, Komp . Gorontalo Mall (Jl. Sultan Botutihe, Jl. HOS. Cokroaminoto, Jl. Kasuari), Dalam Kota.

b. klasifikasi B;

Komp. Pasar Sentral ,Komp. Terminal Kota, Jl. Teuku Umar, Jl. Budi Utomo, Jl. Sam Ratulangi, Jl. Pangeran Hidayat, Jl. A.R. Hakim, Jl. KH. Ahmad Dahlan, Jl. Kiyai Modjo, Jl. Imam Bonjol, Jl. P. Diponegoro, Jl. Moh. Yamin, Jl. J.A.Suprapto, Jl. Dewi Sartika, Jl. Jamaludin Malik,Jl. Jalaludin Tantu,Jl. P. Kalengkongan, Jl. Merdeka, Jl. Sultan Botutihe (diluar kawasan Kompleks Gorontalo Mall), Jl. MT. Haryono, Jl. Raja Eyato(diluar komp. pertokoan), Jl. Setia Budi, Jl. Raden Saleh, Jl. Bali, Komp. Terminal 42;

c. klasifikasi C;

Jl. Prof. Aloei Saboe, Jl. Brigjen Piola Isa, Jl. Cendrawasih, Jl. Beringin, Jl. Moh. Thayeb Gobel, Jl. Rusli Datau, Jl. Yusuf Hasiru, Jl. Manggis, Jl. Kasuari, Jl. HOS. Cokroaminoto (diluar kawasan Gorontalo Mall), Jl. Cut Nyak Dien, Jl. Gelatik, Jl. Pangeran Hidayat I,Jl. 23 Januari (diluar Komp. Pertokoan), Jl. Mayor Dullah, Jl. Tribrata, Jl. Palma, Jl. Mandala, Jl. Mangga, Jl. Durian, Jl. Rambutan, Jl. Kutai, Jl. Usman Isa, Jl. Kalimantan, Jl. Madura, Jl. Sulawesi, Jl. Manado, Jl. M.H. Thamrin, Jl. Membramo, Jl. Sarini Abdullah, Jl. KH. Dewantoro, Jl. Patimura (diluar komp. Pasar Sentral), Jl. Katamso, Jl. Gng. Boliohuto, Jl. Gunung Tilongkabila, Jl. Gng. Lompobatang, Jl. Rajawali, Jl. Satsuit Tubun, Jl. Ampi, Jl. Lupoyo, Jl. Gng. Himalaya, Jl. Anoa, Jl. Farid Liputo, Jl. Irian, Jl. Gng. Agung, Jl. Banteng, Jl. Gng. Rinjani, Jl. Gng. Lokon, Jl. Pinang 2, Jl. Kancil, Jl. Selayar, Jl. Palu, Jl. Delima, Jl. Martadinata, Jl. Matolodulla, Jl. Taman Surya, Jl. Sawah Besar, Jl. Pinang Utama, Jl. Kenangan, Jl. Jeruk Jl. Tondano, Jl. KH. Adam Zakaria, Jl. Jakarta, Jl. Pancawardana (ex. Jl. Komite XII), Jl. Wolter Monginsidi, Jl. Taman Pendidikan, Jl. Taman Hiburan, Jl. Bandeng, Jl. Yos Sudarso, Jl. Pemerataan, Jl. Pajajaran, Jl. Al Ihwan, Jl. Lumba-lumba, Jl. Taman Bunga, Jl. Dahlia, Jl. Dulohupa, Jl. Hayam Wuruk, Jl. Samudra Pasai, Jl. Taman Sari, Jl. Poigar, Jl. Mawar, Jl. Proklamasi (Ex. Jl. Ilahudu), Jl. Panca Krida, Jl. Makassar, Jl. Nangka, Jl. Padang, Jl. Taman Buah, Jl. Melati, Jl. Batanghari, Jl. Cakalang, Jl. Morotai, Jl. Anton Sudjarwo, Jl. Hi. Yusuf

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

Polapa (ex. Jl. Teuku Umar) Jl. Taman Ria, Jl. Tirtonadi, Jl. Botuliodu, Jl. Ikrat, Jl. Anggur, Jl. Semangka, Jl. Sultan Amai, Jl. Sapta Marga, Jl. Pramuka, Jl. Ternate, Jl. Pierre Tendean.

d. klasifikasi D;

Kawasan selain yang termasuk dalam Klasifikasi A, Klasifikasi B dan Klasifikasi C.

(5) Nilai sudut pandang reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c diukur dari arah sudut pandang penempatan reklame dan diberi bobot 30 % (tiga puluh persen).

Pasal 9

(1) Luas bidang reklame adalah nilai yang di dapatkan dari perkalian antara lebar dengan panjang bidang reklame.

(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 horizontal hingga merupakan empat persegi panjang dan merupakan satu kesatuan.

(3) Penghitungan luas bidang reklame yang mempunyai bingkai, dihitung dari batas bingkai paling luar.

(4) Bidang reklame yang membentuk pola atau bentuk lainnya, dihitung berdasarkan rumus luasannya.

Bagian Kedua

Tarif dan Cara Perhitungan

Pasal 10

(1) Nilai Sewa Reklame (NSR) dihitung dengan cara menjumlahkan Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dan Nilai Strategis Lokasi (NSL).NSR = NJOPR + NSL

(2) NJOPR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung berdasarkan Jenis reklame, jumlah sisi dan harga satuan reklame.

(3) Nilai Strategis Lokasi (NSL) dihitung berdasarkan klasifikasi kawasan dan pembobotan pada masing-masing kawasan dengan menjumlahkan nilai titik, nilai kawasan dan nilai sudut pandang suatu reklame dikalikan dengan harga satuan reklame.

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

Klasifikasi kawasan adalah : Klasifikasi A, Klasifikasi B, Klasifikasi C, Klasifikasi D

Bobot nilai pada masing-masing kawasan :

Nilai Titik : Bobot 30 %

Nilai Kawasan : Bobot 40 %

Nilai Sudut Pandang : Bobot 30 %

NSL = (nilai titik + nilai kawasan + nilai sudut pandang) x harga satuan.

(4) Nilai strategis lokasi reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (3) tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

(5) Perhitungan Pajak Terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak dengan hasil perhitungan NSR dikalikan dengan ukuran media reklame, jangka waktu dan jumlah reklame.

Pajak Terutang = NSR x Ukuran x Jangka Waktu x Jumlah Reklame x Tarif Pajak

(6) Untuk materi rokok dan minuman beralkohol, besarnya Pajak terutang ditambah 50% (lima puluh persen) dari total pajak terutang reklame yang harus dibayarkan.

Contoh Perhitungan :

- Reklame jenis billboard dipasang dengan konstruksi 1 (satu) sisi di jalan Hi. Nani Wartabone.
- Uk. reklame 5 x 10 = 50 M2 (lima puluh meter persegi) dengan waktu 1 (satu) tahun.

Nilai Strategis Lokasi:

nilai titik (klasifikasi A) : 1.8

nilai kawasan (klasifikasi A) : 2.4

nilai sudut pandang (klasifikasi A) : 1.8

harga satuan : Rp. 250.000 per M2

NSL : 1.8 + 2.4 + 1.8 = 6 x Rp. 250.000 = Rp. 1.500.000,-

Nilai Jual Objek Pajak Reklame :

Jangka waktu : 1 tahun

Billboard (Klasifikasi A) : Rp. 1.000.000,-

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

Nilai Sewa Reklame :

NJOPR : Rp. 1.000.000,-

NSL : Rp. 1.500.000,-

NSR : Rp. 1.500.000 + Rp. 1.000.000 = Rp. 2.500.000,-

Pajak Terutang : Rp.2.500.000,-x 50x 1 x 1 x 25 % = Rp. 31.250.000,-

Jadi pajak terutang yang seharusnya dibayar untuk 1 (satu) tahun adalah sebesar Rp. 31.250.000,- (Tiga Puluh Satu Juta Dua Ratus Lima Puluh Ribu rupiah) untuk pemasangan satu sisi reklame.

(7) Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), untuk reklame yang bersifat permanen dan yang bersifat insidentil sebagaimana tercantum pada lampiran II dan lampiran IV yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

(8) Cara perhitungan pajak reklame terutang yang bersifat permanen dan bersifat insidentil sebagaimana tercantum dalam lampiran III dan lampiran V yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

Pasal 11

Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

Pasal 12

(1) Masa Pajak Reklame adalah sesuai dengan masa berlaku pemasangan reklame yang diperhitungkan dalam Nilai Sewa Reklame.

(2) Pajak Terutang dalam masa pajak terjadi pada saat ditetapkannya SKPD oleh Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk.

Pasal 13

(1) Kriteria penilaian Nilai Strategis Lokasi dilakukan berdasarkan :

a. zoning (peruntukan kawasan): Perencanaan penempatan suatu titik reklame dipengaruhi oleh peruntukan kawasan (tata guna tanah), Jika penempatan titik reklame terletak pada kawasan komersil maka Nilai Strategis Lokasi keberadaan dari reklame tersebut semakin tinggi demikian pula jika peruntukan pada kawasan non komersial maka Nilai Strategis Lokasi suatu titik reklame semakin menurun.

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

b. fungsi jalan: Jika titik penempatan suatu reklame terletak pada fungsi jalan utama ,Nilai Strategis Lokasi akan naik dan reklame yang direncanakan akan dipasang harus terseleksi dengan baik (perlu penyesuaian bentuk, kualitas dan keindahan) sehingga merupakan aksesories Kota yang indah dan teratur.

c. panjang dan lebar jalan: semakin panjang / lebar suatu jalan maka akan semakin jauh jarak pandang suatu reklame yang terpasang. Keadaan yang demikian ini membawa suatu nilai yang tinggi terhadap penempatan suatu titik reklame, Kebebasan jarak pandang dengan keadaan panjang/lebar jalan membawakan kesan keindahan yang lebih nyata dalam memberikan informasi suatu produk pada suatu reklame, kebebasan jarak pandang inilah yang lebih diutamakan.

d. estetika Kota: Nilai suatu titik reklame yang akan di tempatkan pada kawasan yang telah tertata akan menjadi nilai tambah yang tinggi bagi penetapan Nilai Strategis Lokasi.

e. strategis pandangan: Kriteria lain yang dapat mempenggaruhi nilai jual suatu titik pemasangan reklame adalah letak reklame yang dapat di pandang dari berbagai sudut pandang apabila suatu reklame terpasang dapat di lihat dari berbagai arah (biasanya pada lokasi yang sangat strategis pada perempatan/pertigaan jalan, bundaran atau pada sudut atau mulut jalan) hendaknya perlu terseleksi dengan tepat mengingat di samping nilai nya mahal, reklame tersebut dapat berfungsi sebagai aksesories kota, selain itu sudut pandang suatu titik reklame pada daerah perempatan/pertigaan jalan, bundaran atau pada sudut atau mulut jalan juga ditentukan pada jarak radius titik persimpangan dan jumlah jalur jalan, yaitu :

1. titik reklame yang terletak pada perempatan jalan di dalam jarak radius 30 (tiga puluh) meter dari titik tengah perempatan jalan disebut 4 (empat) sudut padang;

2. titik reklame yang terletak pada bundaran atau sudut di dalam jarak radius 35 (tiga puluh lima) meter dari titik tengah bundaran atau sudut disebut 4 (empat) sudut padang;

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

3. titik reklame yang terletak pada pertigaan jalan di dalam jarak radius 25 (dua puluh lima) meter dari titik tengah pertigaan jalan disebut 3 (tiga) sudut padang; dan

4. titik reklame yang terletak pada daerah perempatan/pertigaan jalan, bundaran atau pada sudut atau mulut jalan diluar jarak radius sebagaimana yang disebut pada angka 1, angka 2, angka 3 ditentukan oleh banyaknya arah jalur jalan tempat titik reklame terpasang.

(2) Pembagian kawasan pemasangan reklame sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

BAB V
JANGKA WAKTU PAJAK

Pasal 14

(1) Jangka waktu pajak reklame adalah:
   a. 1 (satu) Tahun untuk reklame megatron, videotron, *billboard*, papan dan kendaraan;
   b. 1 (satu) bulan untuk reklame selebaran, brosur *leafleat*, stiker, poster, bendera dan balon udara;
   c. 1 (satu) hari untuk reklame kain, spanduk, baliho, umbul-umbul, banner, *sunscreen* dan apung; dan
   d. per tayang untuk reklame suara/radio, film dan slide.

(2) Pemasangan reklame yang kurang dari jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1), tetap dihitung sesuai jangka waktu masa pajak.

BAB VI
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 15

Pada saat Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku, Peraturan Wali Kota Nomor 19 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 16

Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Wali Kota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Gorontalo.

Ditetapkan di Gorontalo
pada tanggal 21 September 2021
WALI KOTA GORONTALO,

MARTEN A. TAHA

Diundangkan di Gorontalo
pada tanggal 21 September 2021
SEKRETARIS DAERAH KOTA GORONTALO,

ISMAIL MADJID

BERITA DAERAH KOTA GORONTALO TAHUN 2021 NOMOR 32

PERANGKAT DAERAH	KABAG HUKUM	ASISTEN	SEKDA

LAMPIRAN I
PERATURAN WALI KOTA GORONTALO
NOMOR 30 TAHUN 2021
TENTANG
TATA CARA PERHITUNGAN NILAI SEWA, NILAI STRATEGIS DAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME

A. NILAI STRATEGIS LOKASI (NSL)

NO	KALSIFIKASI KAWASAN	BOBOT KAWASAN	NILAI TITIK : 30%	NILAI KAWASAN : 40%	NILAI SUDUT PANDANG : 30%
1	Klasifikasi A	6	1,8	2,4	1,8
2	Klasifikasi B	5	1,5	2	1,5
3	Klasifikasi C	4	1,2	1,6	1,2
4	Klasifikasi D	3	0,9	1,2	0,9

WALI KOTA GORONTALO,

MARTEN A. TAHA

LAMPIRAN II
PERATURAN WALI KOTA GORONTALO
NOMOR 30 TAHUN 2021
TENTANG
TATA CARA PERHITUNGAN NILAI SEWA, NILAI STRATEGIS DAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME

B. NILAI SEWA REKLAME

NO	JENIS REKLAME	NJOPR	HARGA SATUAN NILAI STRATEGIS
1	Megatron / Videotron / Light Electronic Display		
	Klasifikasi A	1.500.000	250.000
	Klasifikasi B	1.400.000	245.000
	Klasifikasi C	1.300.000	240.000
	Klasifikasi D	1.200.000	235.000
2	Papan / Billboard		
	a Bando		
	Klasifikasi A	1.250.000	250.000
	Klasifikasi B	1.150.000	245.000
	Klasifikasi C	1.050.000	240.000
	Klasifikasi D	950.000	235.000
	b Billboard/Neon Box/Shopsign		
	Klasifikasi A	1.000.000	250.000
	Klasifikasi B	900.000	245.000
	Klasifikasi C	800.000	240.000
	Klasifikasi D	700.000	235.000
	c Reklame Papan (Menempel Dinding)		
	Klasifikasi A	650.000	250.000
	Klasifikasi B	550.000	245.000
	Klasifikasi C	450.000	240.000
	Klasifikasi D	350.000	235.000
3	Berjalan		
	Roda Dua	250.000	150.000
	Roda Tiga	300.000	250.000
	Roda Empat	500.000	400.000

WALI KOTA GORONTALO,

MARTEN A. TAHA

LAMPIRAN III
PERATURAN WALI KOTA GORONTALO
NOMOR 30 TAHUN 2021
TENTANG
TATA CARA PERHITUNGAN NILAI SEWA, NILAI STRATEGIS DAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME

C. CARA PERHITUNGAN PAJAK REKLAME TERUTANG

No	Jenis Reklame	Klasifikasi	Rumus perhitungan Nilai Strategis Lokasi					Nilai Sewa Reklame			Ukuran	Jangka Waktu	Satuan	Jumlah Reklame	Pajak Reklame (%)	Pajak Terutang
			Harga Satuan	Nilai Titik	Nilai Kawasan	Nilai Sudut Pandang	NSL	NSL	NJOPR	NSR						
1	Megatron / Videotron /															
	Light Electronic Display	A	250.000	1,8	2,4	1,8	1.500.000	1.500.000	1.500.000	3.000.000	50	1	TAHUN	1	25%	37.500.000
		B	245.000	1,5	2	1,5	1.225.000	1.225.000	1.400.000	2.625.000	50	1	TAHUN	1	25%	32.812.500
		C	240.000	1,2	1,6	1,2	960.000	960.000	1.300.000	2.260.000	50	1	TAHUN	1	25%	28.250.000
		D	235.000	0,9	1,2	0,9	705.000	705.000	1.200.000	1.905.000	50	1	TAHUN	1	25%	23.812.500
2	Bando															
		A	250.000	1,8	2,4	1,8	1.500.000	1.500.000	1.250.000	2.750.000	50	1	TAHUN	1	25%	34.375.000
		B	245.000	1,5	2	1,5	1.225.000	1.225.000	1.150.000	2.375.000	50	1	TAHUN	1	25%	29.687.500
		C	240.000	1,2	1,6	1,2	960.000	960.000	1.050.000	2.010.000	50	1	TAHUN	1	25%	25.125.000
		D	235.000	0,9	1,2	0,9	705.000	705.000	950.000	1.655.000	50	1	TAHUN	1	25%	20.687.500
3	Billboard/Neon Box/Shopsign															
		A	250.000	1,8	2,4	1,8	1.500.000	1.500.000	1.000.000	2.500.000	50	1	TAHUN	1	25%	31.250.000
		B	245.000	1,5	2	1,5	1.225.000	1.225.000	900.000	2.125.000	50	1	TAHUN	1	25%	26.562.500
		C	240.000	1,2	1,6	1,2	960.000	960.000	800.000	1.760.000	50	1	TAHUN	1	25%	22.000.000
		D	235.000	0,9	1,2	0,9	705.000	705.000	700.000	1.405.000	50	1	TAHUN	1	25%	17.562.500
4	Reklame Papan (Menempel Dinding)															
		A	250.000	1,8	2,4	1,8	1.500.000	1.500.000	650.000	2.150.000	50	1	TAHUN	1	25%	26.875.000
		B	245.000	1,5	2	1,5	1.225.000	1.225.000	550.000	1.775.000	50	1	TAHUN	1	25%	22.187.500
		C	240.000	1,2	1,6	1,2	960.000	960.000	450.000	1.410.000	50	1	TAHUN	1	25%	17.625.000
		D	235.000	0,9	1,2	0,9	705.000	705.000	350.000	1.055.000	50	1	TAHUN	1	25%	13.187.500
5	Reklame Berjalan															
		Roda Dua	150.000	1,8	2,4	1,8	900.000	900.000	250.000	1.150.000	1	1	UNIT	1	25%	287.500
		Roda Tiga	250.000	1,8	2,4	1,8	1.500.000	1.500.000	300.000	1.800.000	1	1	UNIT	1	25%	450.000
		Roda Empat	400.000	1,8	2,4	1,8	2.400.000	2.400.000	500.000	2.900.000	1	1	UNIT	1	25%	725.000

WALI KOTA GORONTALO,

MARTEN A. TAHA

LAMPIRAN IV
PERATURAN WALI KOTA GORONTALO
NOMOR 30 TAHUN 2021
TENTANG
TATA CARA PERHITUNGAN NILAI SEWA, NILAI STRATEGIS DAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME

D. NILAI SEWA REKLAME INSEDENTIL

NO	JENIS REKLAME	MASA PAJAK	SATUAN	NJOPR	NILAI STRATEGIS				KET
					Kelas Jalan A	Kelas Jalan B	Kelas Jalan C	Kelas Jalan D	
1	Baliho	Perhari	Rp./M2	25.000	50.000	45.000	40.000	35.000	
2	Kain / Spanduk / Umbul-umbul	Perhari	Rp./M2	3.750	30.000	28.000	26.000	24.000	
3	Selebaran / Brosur / Leaflet	Perpenyelenggara	Rp./ Lembar	300	2.000	1.900	1.800	1.700	Paling Sedikit Rp 200.000,- Perpenyelenggaraan
4	Stiker / Melekat	Perpenyelenggara	Rp. / CM	100	100	90	80	70	Paling Sedikit Rp 200.000,- Perpenyelenggaraan
5	Film / Slide	Perpenyelenggara	Rp. / 10 Detik	2.000	2.000	1.900	1.800	1.700	
6	Udara	Perpenyelenggara	Rp.	16.000.000				50.000	Paling Lama 30 Hari
7	Apung	Perpenyelenggara	Rp.	16.000.000				50.000	Paling Lama 30 Hari
8	Suara	Permenit	Rp. 10 Menit	1.500				100	
9	Peragaan	Perpenyelenggara	Rp. / Hari	700.000				50.000	Paling Sedikit Rp 200.000,- Perpenyelenggaraan

WALI KOTA GORONTALO,

MARTEN A. TAHA

LAMPIRAN V
PERATURAN WALI KOTA GORONTALO
NOMOR 30 TAHUN 2021
TENTANG
TATA CARA PERHITUNGAN NILAI SEWA, NILAI STRATEGIS DAN NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME

No	Jenis Reklame	Klasifikasi	Rumus perhitungan Nilai Strategis Lokasi					Nilai Sewa Reklame			Ukuran	Jangka Waktu	Satuan	Jumlah Reklame	Pajak Reklame (%)	Pajak Terutang
			Harga Satuan	Nilai Titik	Nilai Kawasan	Nilai Sudut Pandang	NSL	NSL	NJOPR	NSR						
1	Baliho															
		A	50.000	1,8	2,4	1,8	300.000	300.000	25.000	325.000	1	1	HARI	1	25%	81.250
		B	45.000	1,5	2	1,5	225.000	225.000	25.000	250.000	1	1	HARI	1	25%	62.500
		C	40.000	1,2	1,6	1,2	160.000	160.000	25.000	185.000	1	1	HARI	1	25%	46.250
		D	35.000	0,9	1,2	0,9	105.000	105.000	25.000	130.000	1	1	HARI	1	25%	32.500
2	Kain / Spanduk /															
	Umbul-umbul / Banner	A	30.000	1,8	2,4	1,8	180.000	180.000	3.000	183.000	1	1	HARI	1	25%	45.750
		B	28.000	1,5	2	1,5	140.000	140.000	3.000	143.000	1	1	HARI	1	25%	35.750
		C	26.000	1,2	1,6	1,2	104.000	104.000	3.000	107.000	1	1	HARI	1	25%	26.750
		D	24.000	0,9	1,2	0,9	72.000	72.000	3.000	75.000	1	1	HARI	1	25%	18.750
3	Selebaran															
		A	2.000	1,8	2,4	1,8	12.000	12.000	300	12.300	1	1	LEMBAR	100	25%	307.500
		B	1.900	1,5	2	1,5	9.500	9.500	300	9.800	1	1	LEMBAR	1	25%	2.450
		C	1.800	1,2	1,6	1,2	7.200	7.200		#VALUE!	1	1	LEMBAR	1	25%	#VALUE!
		D	1.700	0,9	1,2	0,9	5.100	5.100	300	5.400	1	1	LEMBAR	1	25%	1.350
4	Stiker / Melekat	A	100	1,8	2,4	1,8	600	600	100	700	1	1	LEMBAR	1	25%	175
		B	90	1,5	2	1,5	450	450	100	550	1	1	LEMBAR	1	25%	138
		C	80	1,2	1,6	1,2	320	320	100	420	1	1	LEMBAR	1	25%	105
		D	70	0,9	1,2	0,9	210	210	100	310	1	1	LEMBAR	1	25%	78
5	Reklame Film / Slide	A	2.000	1,8	2,4	1,8	12.000	12.000	2.000	14.000	1	1	/ 10 Detik	1	25%	3.500
		B	1.900	1,5	2	1,5	9.500	9.500	2.000	11.500	1	1	/ 10 Detik	1	25%	2.875
		C	1.800	1,2	1,6	1,2	7.200	7.200	2.000	9.200	1	1	/ 10 Detik	1	25%	2.300
		D	1.700	0,9	1,2	0,9	5.100	5.100	2.000	7.100	1	1	/ 10 Detik	1	25%	1.775
6	Reklame Udara		50.000	1,8	2,4	1,8	300.000	300.000	16.000.000	16.300.000	1	1	/ Penyelenggaraan	1	25%	4.075.000
7	Reklame Apung		50.000	1,8	2,4	1,8	300.000	300.000	16.000.000	16.300.000	1	1	/ Penyelenggaraan	1	25%	4.075.000
8	Reklame Suara		100	1,8	2,4	1,8	600	600	1.500	2.100	1	1	/ 10 Menit	1	25%	525
9	Reklame Peragaan		50.000	1,8	2,4	1,8	300.000	300.000	700.000	1.000.000	1	1	/ Hari	1	25%	250.000

WALI KOTA GORONTALO,

MARTEN A. TAHA