



WALIKOTA PADANG PANJANG
PROVINSI SUMATERA BARAT

PERATURAN WALI KOTA PADANG PANJANG
NOMOR 1 TAHUN 2025

TENTANG

TATA CARA PENYELENGGARAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA PADANG PANJANG,

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 32 Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, perlu menetapkan Peraturan Wali Kota tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame;

Mengingat : 1. 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 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);

2. 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);

3. Undang-Undang Nomor 54 Tahun 2024 tentang Kota Padang Panjang di Provinsi Sumatera Barat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 160, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6975);

4. Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2023 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6881);

5. Peraturan Daerah Kota Padang Panjang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Kota

Padang...

Padang Panjang (Lembaran Daerah Kota Padang Panjang Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Daerah Kota Padang Panjang Nomor 1);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALI KOTA TENTANG TATA CARA PENYELENGGARAAN REKLAME.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Wali Kota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Padang Panjang.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Padang Panjang.
3. Wali Kota adalah Wali Kota Padang Panjang.
4. Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat dengan 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.
5. Badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha, meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan organisasi sosial politik atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk Badan lainnya, termasuk kontrak infestasi kolektif dan bentuk usaha tetap.
6. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.
7. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya 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.
8. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau Badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah.
9. Nilai Jual Objek Reklame yang selanjutnya disingkat NJOR adalah nilai jual objek yang digunakan untuk menghitung Pajak Reklame.

10. Nilai...

10. Nilai Sewa Reklame yang selanjutnya disingkat NSR adalah hasil penjumlahan NJOR dengan nilai strategis pemasangan Reklame.
11. Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang selanjutnya disingkat NSPR adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan Reklame berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan.
12. Penyelenggaraan Reklame adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh 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. 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, kendaraan baik bermotor maupun tidak.

Pasal 2

- (1) Tata cara Penyelenggaraan Reklame mencakup seluruh rangkaian proses yang harus dilakukan dalam menatausahakan, menerima, dan melaporkan penerimaan Pajak Reklame.
- (2) Tata cara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. objek, subjek dan wajib Pajak Reklame; dan
 - b. tarif, dasar pengenaan, dan cara penghitungan Pajak;
 - c. perhitungan NSR; dan
 - d. perhitungan besaran pokok Reklame.

BAB II

OBJEK, SUBJEK DAN WAJIB PAJAK

Pasal 3

- (1) Objek Pajak Reklame yaitu semua Penyelenggaraan Reklame.
- (2) Objek Pajak Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi:
 - a. Reklame papan *billboard*/videotron/megatron;
 - b. Reklame kain;
 - c. Reklame melekat/striker;
 - d. Reklame selebaran;
 - e. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;
 - f. Reklame udara;
 - g. Reklame apung;
 - h. Reklame film/slide; dan
 - i. Reklame peragaan.
- (3) Tidak termasuk sebagai Objek Pajak Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah:

a. Penyelenggaraan...

- a. Penyelenggaraan Reklame melalui internet, televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan sejenisnya;
 - b. label/merek produk yang melekat pada barang yang diperdagangkan, yang berfungsi untuk membedakan dari produk sejenis lainnya;
 - c. nama pengenalan usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan dan/atau di dalam area tempat usaha atau profesi yang jenis, ukuran, bentuk, dan bahan rekalmenya diatur dengan Panjang atau lebarnya tidak melebihi atau sama dengan 70 cm (tujuh puluh sentimeter);
 - d. Reklame yang diselenggarakan oleh pemerintah atau Pemerintah Daerah;
 - e. Reklame yang diselenggarakan dalam rangka kegiatan politik, sosial, dan keagamaan yang tidak disertai dengan iklan komersial; dan
 - f. Reklame yang diselenggarakan untuk kepentingan pendidikan yang tidak disertai dengan iklan komersil.
- (4) Subjek Pajak Reklame yaitu orang pribadi atau Badan yang menggunakan Reklame.
- (5) Wajib Pajak Reklame yaitu orang pribadi atau Badan yang menyelenggarakan reklame.

BAB III DASAR PENGENAAN DAN CARA PERHITUNGAN PAJAK REKLAME

Pasal 4

- (1) Dasar pengenaan Pajak Reklame yaitu NSR.
- (2) Dalam hal Reklame diselenggarakan oleh pihak ketiga, NSR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan berdasarkan nilai kontrak Reklame.
- (3) Dalam hal Reklame diselenggarakan sendiri, NSR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan menambahkan NJOR dengan NSPR, dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu penayangan, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, ukuran penyediaan Reklame.
- (4) Dalam hal NSR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak diketahui dan/atau dianggap tidak wajar, NSR ditetapkan berdasarkan penambahan NJOR dengan NSPR.

Pasal 5

- (1) NSR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (2) ditetapkan masing-masing berdasarkan:
 - a. NJOR, merupakan keseluruhan pembayaran/ pengeluaran, biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan /atau penyelenggara Reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan Reklame, konstruksi,

instalasi...

- instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan, transportasi/pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan Reklame selesai dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan/atau terpasang ditempat yang telah diizinkan;
- b. komponen penentu besaran NJOR adalah luas bidang Reklame;
 - c. luas bidang Reklame adalah nilai yang didapatkan dari perkalian antara lebar dengan panjang bidang Reklame terbagi atas delapan kelompok dan hasil perhitungannya dinyatakan dalam ukuran meter persegi; dan
 - d. NSPR merupakan ukuran nilai yang ditetapkan berdasarkan zona lokasi.
- (2) NSR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibagi dalam kelompok NSR insidentil, sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.
- (3) Nilai strategis lokasi Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d ditetapkan dengan rincian sebagai berikut:
- a. zona khusus
 - 1. jalan sepanjang ruas Jalan Imam Bonjol;
 - 2. jalan sepanjang ruas Jalan Khatib Sulaiman;
 - 3. jalan sepanjang ruas Jalan M. Syafei; dan
 - 4. jalan sepanjang ruas Jalan Abdul Muis.
 - b. zona umum sepanjang ruas jalan di luar zona khusus. Komponen penentu besaran nilai strategis penyelenggaraan Reklame terdiri dari unsur lokasi dengan ketentuan lokasi adalah titik tempat atau konstruksi dimana Reklame diselenggarakan.
- (4) Cara perhitungan NSR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.
- (5) Apabila suatu materi Reklame tetap diganti/ditutup dengan materi Reklame yang lain, atas Reklame dimaksud dikenakan dasar pengenaan dengan NSR insidentil, dan atas Pajak Reklame tetap yang telah disetorkan tidak diperhitungkan.

Pasal 6

Untuk menghitung luas Reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan sebagai berikut:

- a. Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf, termasuk corak dan warna spesifik yang merupakan identitas suatu produk yang ada didalamnya;
- b. Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat atau huruf termasuk corak dan warna spesifik yang merupakan

satu...

satu kesatuan identitas suatu produk dihitung dari batas yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horizontal, hingga merupakan empat persegi;

- c. Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing; dan
- d. Reklame yang dibuat dengan suatu alat diatur sedemikian rupa sehingga dengan alat itu berturut-turut dapat ditampilkan bermacam-macam gambar atau tulisan, maka Pajak dihitung berdasarkan jangka waktu dan luas Reklame yang sama sesuai dengan banyaknya Reklame yang ditampilkan.

BAB IV

BESARAN POKOK REKLAME TERUTANG

Pasal 7

- (1) Besaran pokok Pajak Reklame yang terutang dihitung dengan cara mengalikan dasar pengenaan Pajak Reklame dengan tarif Pajak Reklame.
- (2) Saat terutang Pajak Reklame ditetapkan pada saat terjadinya Penyelenggaraan Reklame.
- (3) Khusus untuk Reklame Berjalan Pajak yang terutang dipungut di wilayah Daerah tempat usaha Penyelenggaraan Reklame terdaftar.

BAB V

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 8

Pada saat Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku, Peraturan Wali Kota Nomor 11 Tahun 2019 tentang Pedoman Teknis Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame (Berita Daerah Kota Padang Panjang Tahun 2019 Nomor 11), sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Wali Kota Nomor 19 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Wali Kota Nomor 11 Tahun 2019 tentang Pedoman Teknis Pelaksanaan Pemungutan Pajak Reklame (Berita Daerah Kota Padang Panjang Tahun 2022 Nomor 19), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 9

Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Padang Panjang
pada tanggal 3 Januari 2025

Pj. WALI KOTA PADANG PANJANG,

ttd.

SONNY BUDAYA PUTRA

Diundangkan di Padang Panjang
pada tanggal 3 Januari 2025

Pj. SEKRETARIS DAERAH KOTA PADANG PANJANG,

ttd.

WINARNO

BERITA DAERAH KOTA PADANG PANJANG TAHUN 2025 NOMOR 1