



**SALINAN**

WALIKOTA MATARAM  
PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT  
PERATURAN WALIKOTA MATARAM  
NOMOR : 25 TAHUN 2014

TENTANG

PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA MATARAM,

- Menimbang :
- a. bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 21 ayat (5) Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 8 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame, perlu menetapkan Perhitungan Nilai Sewa Reklame;
  - b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Peraturan Walikota tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame.
- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1993 tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Mataram (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1993 Nomor 66, Tambahan Lembaran Republik Indonesia Negara Nomor 3531);
  2. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2000 tentang Penagihan Pajak Dengan Surat Paksa (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 129, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3987);
  3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);

4. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 128, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4438);
5. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 128, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4438);
6. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725 );
7. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4740);
8. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 96, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5025);
9. 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 4048);
10. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 4578);
11. Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2005 tentang Pedoman Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 4593);
12. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
13. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2007 tentang Organisasi Perangkat Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 89, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4741);
14. Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 4 Tahun 2008 tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi Kewenangan Pemerintahan Daerah Kota Mataram (Lembaran Daerah Kota Mataram Tahun 2008 Nomor 2 Seri D);

15. Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 5 Tahun 2008 tentang Pembentukan Susunan Organisasi Perangkat Daerah Kota Mataram (Lembaran Daerah Kota Mataram Tahun 2008 Nomor 3 Seri D) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 8 Tahun 2013 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 5 Tahun 2008 (Lembaran Daerah Kota Mataram Tahun 2013 Nomor 1 Seri D);
16. Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame (Lembaran Daerah Kota Mataram Tahun 2010 Nomor 1 seri B) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 8 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 7 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame (Lembaran Daerah Kota Mataram Tahun 2014 Nomor B Seri B);

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME.

BAB I  
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini, yang dimaksud dengan :

1. Daerah adalah Kota Mataram.
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kota Mataram.
3. Kepala Daerah adalah Walikota Mataram.
4. Dinas Pendapatan adalah Dinas Pendapatan Kota Mataram.
5. Pejabat adalah pegawai yang diberi tugas tertentu di bidang perpajakan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
6. 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.
7. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.

8. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan 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 atau Pemerintah Daerah.
9. Nilai Sewa Reklame adalah nilai jual objek pajak reklame ditambah nilai strategis lokasi pemasangan reklame.
10. Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame adalah ukuran/standar nilai yang ditetapkan pada lokasi penyelenggaraan reklame berdasarkan pertimbangan ekonomi dan/atau nilai promotif.
11. Kelas Jalan Reklame adalah klasifikasi jalan menurut tingkat strategis dan komersial untuk penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Kepala Daerah.
12. 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.
13. Ketinggian Reklame adalah jarak tegak lurus imajiner antara ambang paling atas bidang reklame dengan permukaan tanah dimana reklame tersebut berdiri.
14. Peruntukan lokasi reklame adalah tempat tertentu dimana titik reklame ditempatkan atau ditempelkan.
15. Titik reklame adalah tempat dan/atau lokasi dimana bidang reklame didirikan atau ditempelkan.
16. Nilai jual obyek pajak reklame adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, konstruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame rampung, dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang di tempat yang telah diizinkan.
17. Nilai strategis lokasi reklame adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik-titik lokasi pemasangan reklame yang dikategorikan sebagai lokasi yang didasarkan pada kriteria kepadatan lalu lintas, kemudahan pemanfaatan tata ruang kota, pusat keramaian kota serta aspek lainnya.

18. Badan adalah suatu bentuk badan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara atau daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, persekutuan, perkumpulan, firma, kongsi, koperasi, yayasan atau organisasi yang sejenis, lembaga, dana pensiun, bentuk usaha tetap serta bentuk badan usaha lainnya.

## BAB II DASAR PENGENAAN PAJAK REKLAME

### Pasal 2

- (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.
- (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.
- (4) Dalam hal nama pengenal usaha atau profesi yang dipasang melekat pada bangunan tempat usaha atau profesi yang luasnya lebih dari 8 m<sup>2</sup> (delapan meter persegi), Nilai Sewa Reklame ditetapkan dengan menggunakan faktor – faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (3).
- (5) 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).
- (6) Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung berdasarkan penjumlahan Nilai Jual Obyek Pajak Reklame dan Nilai Strategis Lokasi Reklame.

### Pasal 3

- (1) Komponen Nilai Jual Objek Pajak Reklame terdiri dari harga/biaya pembuatan reklame, biaya pemasangan dan biaya pemeliharaan reklame.
- (2) Biaya pembuatan reklame termasuk biaya pemasangan dan biaya pemeliharaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) didasarkan pada standar biaya yang ditetapkan secara periodik oleh Kepala Daerah.

### Pasal 4

- (1) Nilai Strategis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (5) ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

- a. Guna Lahan/lokasi (potensi dari tempat/kawasan dalam mencapai sasaran pengawasan reklame);
  - b. Ukuran Reklame;
  - c. Sudut pandang Reklame;
  - d. Kelas Jalan; dan
  - e. Ketinggian;
- (2) Faktor-faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf d dan huruf e diklasifikasi dan diberi bobot secara bervariasi dengan bobot yang lebih besar pada faktor-faktor yang lebih dominan.
  - (3) Jumlah bobot masing-masing faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah memiliki persentase bervariasi sesuai dengan faktor yang dianggap lebih dominan.

#### Pasal 5

- (1) Guna lahan/lokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a dapat dikelompokkan menjadi :
  - a. Fasilitas umum komersial dan jasa;
  - b. Ruang terbuka hijau;
  - c. Pemukiman;
  - d. Pendidikan;
  - e. Kesehatan;
  - f. Pergudangan; dan
  - g. Industri.
- (2) Ukuran reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf b ditetapkan berdasarkan luas reklame yang umum dipasang dan dikelompokkan dalam kelas interval.
- (3) Sudut Pandang reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf c dibedakan berdasarkan mudah tidaknya titik reklame dilihat yang dapat ditentukan dari persimpangan lima, persimpangan empat, persimpangan tiga, jalan dua arah dan jalan satu arah.
- (4) Kelas jalan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf d ditetapkan berdasarkan pada lebar jalan, status jalan dan dikelompokkan dalam kelas interval.
- (5) Daftar kelas jalan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) adalah sebagaimana tercantum dalam Lampiran I yang tidak terpisahkan dari Peraturan Walikota ini.
- (6) Ketinggian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf e didasarkan pada ketinggian reklame dari permukaan tanah hingga ambang teratas bidang reklame, dikelompokkan dalam kelas interval.
- (7) Kelompok/kelas interval dari masing-masing faktor sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), ayat (3), ayat (4) dan ayat (6) diberi skor dalam bentuk angka indeks yang menggambarkan nilai dari kelompok/kelas interval.

BAB III  
TARIF PAJAK DAN CARA  
PENGHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

Pasal 6

- (1) Tarif pajak ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari Nilai Sewa Reklame.
- (2) Besarnya pajak terhutang dihitung dengan cara mengalikan tarif pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan dasar pengenaan pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1).
- (3) Penjelasan tentang perhitungan nilai sewa reklame adalah sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang tidak terpisahkan dari Peraturan Walikota ini.
- (4) Perhitungan Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) adalah sebagaimana tercantum dalam Lampiran III, Lampiran IV dan Lampiran V yang tidak terpisahkan dari Peraturan Walikota ini.

Pasal 7

- (1) Untuk materi reklame rokok, besarnya nilai sewa reklame ditambah 25% (dua puluh lima persen).
- (2) Apabila suatu objek pajak reklame dapat digolongkan lebih dari satu jenis reklame, maka nilai pajaknya ditetapkan menurut jenis reklame yang tarifnya paling tinggi.
- (3) Apabila suatu objek pajak reklame dapat digolongkan lebih dari satu kelas jalan, maka nilai pajaknya ditetapkan menurut kelas jalan yang tarifnya paling tinggi.
- (4) Ukuran luas dan ketinggian reklame, dibulatkan keatas menjadi dua digit dibelakang koma.

BAB IV  
PENGHITUNGAN LUAS BIDANG REKLAME

Pasal 8

- (1) Luas bidang reklame adalah nilai yang didapatkan 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) Perhitungan 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.

- (5) Dua atau lebih objek yang saling berdekatan dimana materi reklamnya memiliki pesan yang saling terkait dan merupakan satu kesatuan, penghitungan luas bidang reklame dihitung secara komulatif.

BAB V  
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 9

- (1) Terhadap Wajib Pajak yang telah membayarkan Pajak Reklame sebelum berlakunya Peraturan Walikota ini, perhitungan Nilai Sewa Reklame dihitung berdasarkan Peraturan Walikota Mataram Nomor 9 Tahun 2011.
- (2) Ketentuan dalam Pasal 2, Pasal 3, Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6, Pasal 7, Pasal 8 dan Pasal 9 Peraturan Walikota Mataram Nomor 9 Tahun 2011 Tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

BAB VI  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 10

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Mataram  
pada tanggal 1 September 2014

WALIKOTA MATARAM *AK*

H. AHYAR ABDUH

Diundangkan di Mataram  
pada tanggal 1 September 2014  
SEKRETARIS DAERAH KOTA MATARAM, *sl*

H. L. MAKMUR SAID

Salinan sesuai dengan aslinya

KEPALA BAGIAN HUKUM,

TTD

MANSUR, SH. MH  
NIP.197012312002121035

BERITA DAERAH KOTA MATARAM TAHUN 2014 NOMOR

LAMPIRAN I  
 PERATURAN WALIKOTA MATARAM  
 NOMOR 25 TAHUN 2014  
 TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

KLASIFIKASI NILAI STRATEGIS KAWASAN

A. KLASIFIKASI A

Ditetapkan berdasarkan sudut pandang yang luas (mudah tidaknya dilihat yang dapat ditentukan dari persimpangan lima atau empat sudut pandang, jalan dua arah dan jalan satu arah) dan reklame yang melintang pada badan jalan (permanen) di jalan-jalan utama. Penetapan klasifikasi ini juga dinilai berdasarkan pemanfaatan tata ruang yang di nilai strategis.

1. Berdasarkan Lokasi

- a. Jembatan Penyebrangan Orang (JPO);
- b. Bando-bando jalan di perbatasan kota;
- c. Bando Jalan Udayana;
- d. Bando-bando jalan di jalan utama;
- e. Perempatan Sweta;
- f. Perempatan Tanah Haji;
- g. Simpang Tiga bundaran Adi Sucipto.

2. Berdasarkan Jalan

Jalan-jalan utama arteri yang dinilai strategis, yaitu :

Nama Jalan	Kelas Jalan
a. A.A. Gde Ngurah	Utama/arteri sekunder
b. Adi Sucipto	Utama/arteri primer
c. Airlangga	Utama/arteri sekunder
d. Bung Karno	Utama/kolektor primer
e. Jenderal Sudirman	Utama/arteri primer
f. Langko	Utama/arteri sekunder
g. Majapahit	Utama/arteri sekunder
h. Panji Tilar Negara	Utama/kolektor primer
i. Pejanggik	Utama/arteri sekunder
j. Saleh Sungkar	Utama/arteri primer
k. Sandubaya	Utama/arteri sekunder
l. Selaparang	Utama/arteri sekunder
m. Sriwijaya	Utama/arteri sekunder
n. Udayana	Utama/arteri sekunder

B. KLASIFIKASI B

Dinilai berdasarkan aspek kegiatan di bidang usaha dan jasa.

Lokasi-lokasi dimaksud pada klasifikasi ini yaitu :

- a. Mall/Mega Store/Plaza;
- b. Pasar-pasar utama;
- c. Bandar Udara;
- d. Terminal Bus;

- e. Gedung/Stadion Olah Raga;
- f. Gedung Pertemuan/Convention Hall.

C. KLASIFIKASI C

Ditetapkan berdasarkan poros jalan antar sub wilayah, yaitu :

- a. Jalan Catur Warga;
- b. Jalan HOS Cokroaminoto;
- c. Jalan Amir Hamzah;
- d. Jalan Arif Rahman Hakim;
- e. Jalan WR. Supratman;
- f. Jalan Pendidikan;
- g. Jalan Kebudayaan.

D. KLASIFIKASI D

Ditetapkan berdasarkan selain kriteria diatas.

WALIKOTA MATARAM, 24



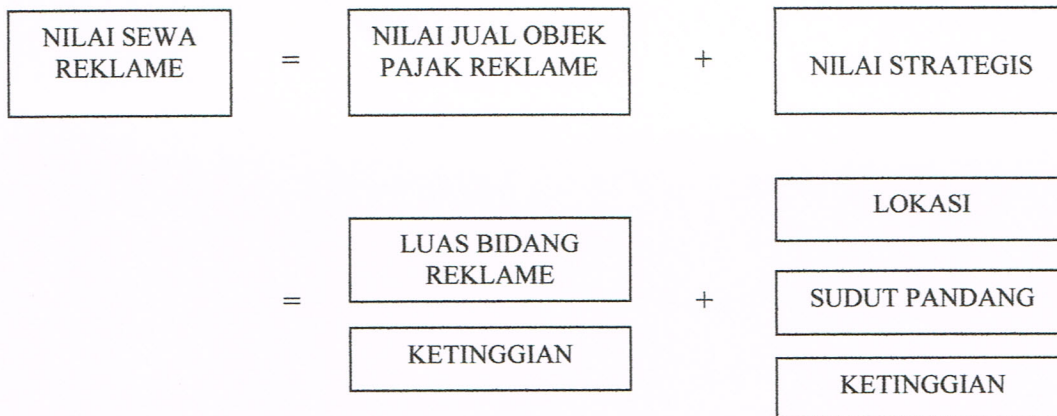
H. AHYAR ABDUH

LAMPIRAN II  
 PERATURAN WALIKOTA MATARAM  
 NOMOR 25 TAHUN 2014  
 TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

PENJELASAN PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

1. NILAI SEWA REKLAME

Cara menghitung nilai sewa reklame adalah sebagai berikut :

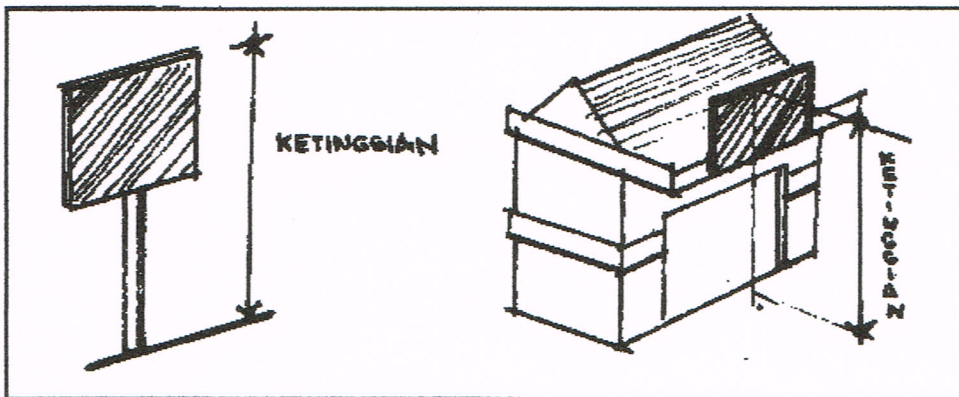


2. NILAI OBJEK PAJAK REKLAME

Komponen penentuan besaran nilai jual objek pajak reklame adalah luas bidang reklame dan ketinggian reklame.

Luas bidang reklame adalah nilai yang didapatkan dari perkalian antara lebar dengan panjang bidang reklame. Luas bidang reklame terbagi atas dua kelompok dan hasil penghitungannya dinyatakan dalam ukuran meter persegi.

Ketinggian reklame adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata dan dinyatakan dalam ukuran meter. Cara pengukuran ketinggian reklame diilustrasikan sebagaimana gambar berikut:



3. NILAI STRATEGIS PENYELENGGARAAN REKLAME

Komponen penentuan besaran nilai strategis penyelenggaraan reklame adalah lokasi, sudut pandang dan ketinggian.

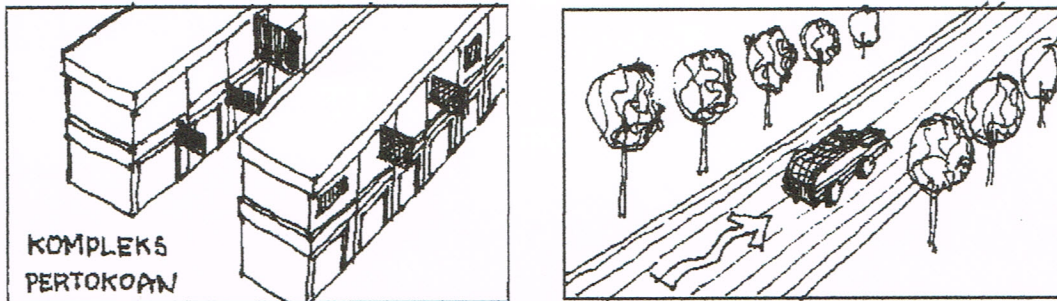
a. Lokasi adalah titik tempat atau konstruksi dimana reklame diselenggarakan.

Lokasi terbagi atas klasifikasi berdasarkan pemanfaatan tata ruang yang strategis, aspek kegiatan dibidang usaha dan jasa, poros jalan antara sub wilayah dan selain kriteria-kriteria yang telah disebutkan.

- b. Sudut pandang adalah arah hadap penyelenggaraan reklame atau jumlah arah penyelenggaraan reklame tersebut dapat dipandang. Sudut pandang dibedakan berdasarkan jumlah arah lalu lintas disekitar lokasi reklame salah satunya dapat ditentukan dari persimpangan lima, persimpangan empat dan lainnya.

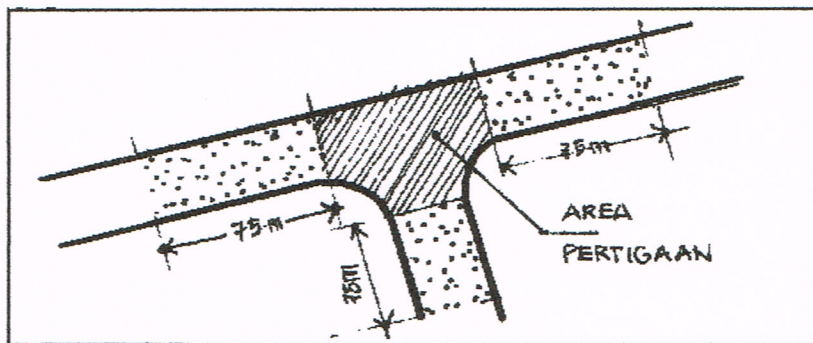
Sudut pandang terbagi atas >4 arah, 4 arah, 3 arah, 2 arah dan 1 arah.

Penjelasan sudut pandang 1 arah adalah sebagai berikut :

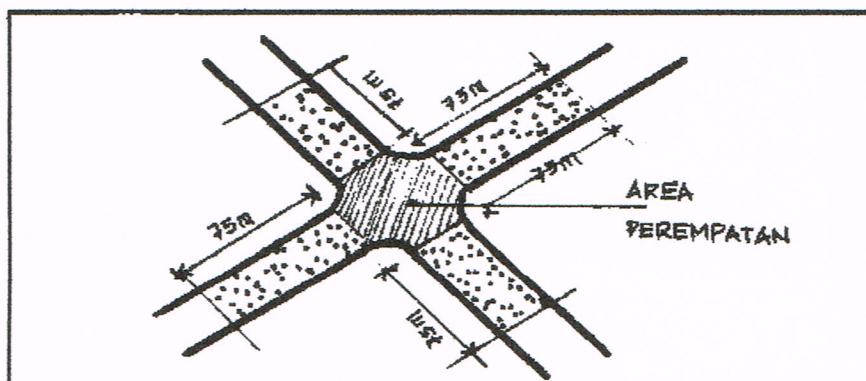


- Reklame yang hanya dapat dilihat/mampu ditangkap bila pengunjung masuk dalam kawasan tersebut. Contohnya reklame nama toko yang lokasinya berada didalam sebuah kompleks pertokoan atau ruko.
- Reklame diletakkan disekitar jalan yang arus lalu lintasnya satu arah. Contoh di ruas Jl. Pejanggik Mataram.

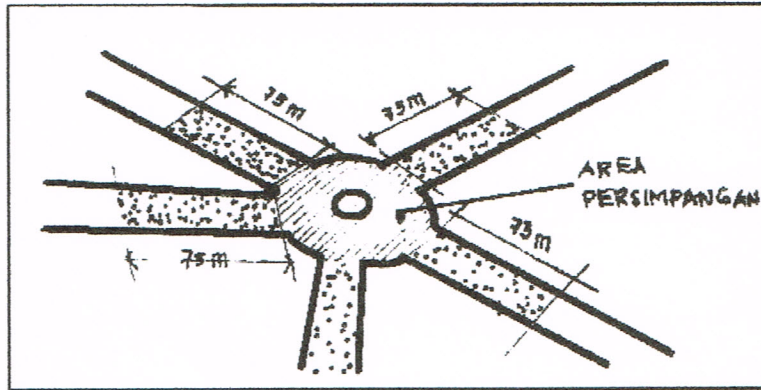
Jumlah sudut pandang dikategorikan 2 arah apabila reklame diletakkan disekitar jalan yang jumlah arah atau jalur lalu lintasnya 2 arah atau reklame yang berada pada pertigaan atau simpang tiga. Batas area pertigaan adalah 75 (tujuh puluh lima) meter.



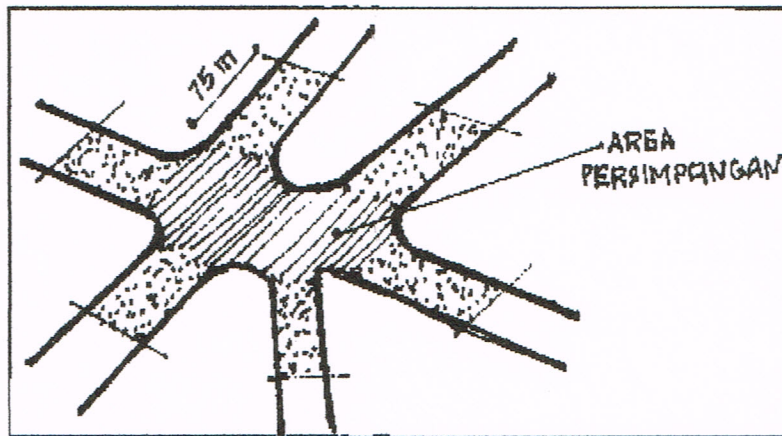
Jumlah sudut pandang dikategorikan 3 arah apabila reklame berada dalam area perempatan atau simpang empat. Batas area perempatan adalah 75 (tujuh puluh lima) meter



Jumlah sudut pandang dikategorikan 4 arah apabila reklame berada area perlimaian atau simpang lima. Batas area perlimaian adalah 75 (tujuh puluh lima) meter.



Jumlah sudut pandang dikatakan lebih besar dari 4 arah ( $> 4$  arah) apabila reklame berada dalam area persimpangan jalan yang lebih dari 5 persimpangan. Batas area perlimaian atau lebih adalah 75 (tujuh puluh lima) meter.



- c. Ketinggian reklame adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata dan dinyatakan dalam ukuran meter.
- d. Mengingat lokasi, sudut pandang, dan ketinggian yang berbeda maka penyelenggaraan reklame berjalan, reklame videotron/LED/megatron, dan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) atau bando jalan, masing-masing skor lokasi, sudut pandang, dan ketinggian dinyatakan secara khusus.

WALIKOTA MATARAM, *Qu*

H. AHYAR ABDUH

LAMPIRAN III  
 PERATURAN WALIKOTA MATARAM  
 NOMOR 25 TAHUN 2014  
 TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

NILAI SEWA REKLAME

A. NILAI JUAL OBJEK PAJAK REKLAME TETAP

NO	JENIS REKLAME	DASAR PERHITUNGAN	NJOP		KETINGGIAN (Rp / m <sup>2</sup> )
			LUAS BIDANG (Rp / m <sup>2</sup> )		
			≤ 8 m <sup>2</sup>	> 8 M <sup>2</sup>	
1	2	3	4	5	6
1.	Videotron/LED/ Megatron	Perbulan	230.000	460.000	10.000
2.	Bilboard/Papan Reklame :				
	a. Pada JPO/Bando	Perbulan	46.000	92.000	10.000
	b. Dengan Penerangan	Perbulan	23.000	46.000	10.000
	c. Tanpa Penerangan	Perbulan	14.000	28.000	10.000
	d. Menempel Dinding/Muka Bangunan	Perbulan	10.000	20.000	10.000
3.	Berjalan/Kendaraan	Perbulan	7.000	7.000	10.000

B. NILAI STRATEGIS

NILAI STRATEGIS					
Lokasi		Sudut Pandang		Ketinggian	
Bobot 60 %	Skor	Bobot 15 %	Skor	Bobot 25 %	Skor
1	2	3	4	5	6
Klasifikasi A	10	> dari 4 arah	10	≥ 15 m	10
Klasifikasi B	8	4 arah	8	10 – 14,99 m	8
Klasifikasi C	5	3 arah	6	6 – 9,99 m	6
Klasifikasi D	1	2 arah	4	3 – 5,99 m	4
		1 arah	2	0 – 2,99 m	2

KETERANGAN

- a. Nilai Satuan Nilai Strategis adalah :
- |                       |           |
|-----------------------|-----------|
| 1. ≤ 8 m <sup>2</sup> | Rp.7.500  |
| 2. ≥ 8 m <sup>2</sup> | Rp.15.000 |
- b. Untuk jenis reklame berjalan :
- |                       |    |
|-----------------------|----|
| 1. Skor lokasi        | 10 |
| 2. Skor sudut pandang | 10 |
| 3. Skor ketinggian    | 2  |
- c. Untuk jenis reklame Videotron/LED/Megatron :
- |                       |    |
|-----------------------|----|
| 1. Skor lokasi        | 10 |
| 2. Skor sudut pandang | 10 |
| 3. Skor ketinggian    | 10 |

d. Untuk jenis reklame pada  
JPO/Bando

1. Skor lokasi 10
2. Skor sudut  
pandang 10
3. Skor ketinggian 10

WALIKOTA MATARAM, *Hy*

H. AHYAR ABDUH

LAMPIRAN IV  
 PERATURAN WALIKOTA MATARAM  
 NOMOR 25 TAHUN 2014  
 PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

NO	JENIS REKLAME	DASAR PENGENAAN	NILAI STRATEGIS	NJOP	TARIF PAJAK	PAJAK TERHUTANG
1	2	3	4	5	6	7
1.	Spanduk	1 Minggu/m2	3.000	17.500,-	25%	5.125,-
2.	Umbul - umbul	1 Minggu/m2	3.000	15.000,-	25%	4.500,-
3.	Poster/stiker	1 Minggu/Lembar	0	600,-	25%	125,-
4.	Flagchine	1 Minggu/Lembar	0	1.000,-	25%	208,33
5.	Selebaran	Perlembar	0	600,-	25%	150,-
6.	Balon Udara	1 Minggu/Buah	250.000	1.000.000,-	25%	312.500,-
7.	Baliho	1 Minggu/m2	12.500	12.500,-	25%	6.250,-
8.	Layar Cover/Vinyl	1 Minggu/m2	5.000	7.500,-	25%	3.125,-
9.	Tenda Toko	1 Minggu/m2	1.875	4.375,-	25%	1.562,50
10.	Slide/Film	Permenit	0	20.000,-	25%	5.000,-

WALIKOTA MATARAM, 24

H. AHYAR ABDUH

LAMPIRAN V  
 PERATURAN WALIKOTA MATARAM  
 NOMOR 25 TAHUN 2014  
 TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

CONTOH PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME

DATA OBYEK PAJAK						
Wajib Pajak	:	.....				
Alamat	:	JL. ....				
JENIS	:	BILBOARD/PAPAN DENGAN PENERANGAN				
Panjang	:	2	Sisi	:	1	
Lebar	:	2	Masa Pajak	:	3	Bulan
Luas	:	4	Letak Reklame	:	Outdoor	
Ketinggian	:	3	Status Lahan	:	Swasta	
Sudut Pandang	:	1	Klasifikasi Jalan	:	A	Jl. ....
Jumlah Unit	:	1	Jenis Produk	:	Non rokok	
NOTA PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME						
NJOP						
Luas	:	4 x Rp 23,000 =	Rp 92,000			
Ketinggian	:	3 x Rp 10,000 =	Rp 30,000 +			
TOTAL NJOP	:		Rp 122,000			
NILAI STRATEGIS						
Skor Lokasi	:	10 x 60% = 6.0				
Skor Sudut Pandang	:	2 x 15% = 0.3				
Skor Ketinggian	:	4 x 25% = 1.0 +				
Bobot Total	:	7.3				
TOTAL NILAI STRATEGIS	:	7.3 x Rp 7,500 =	Rp 54,750			
TOTAL NJOP + NILAI STRATEGIS	:		Rp 176,750			
TARIF PAJAK	:	176,750 x 25% =	Rp 44,188			
Produk Rokok	:	- x 25% =	Rp - +			
TOTAL PAJAK REKLAME	:		Rp 44,188			
SISI BIDANG REKLAME	:	1 x 44,188	Rp 44,188			
PAJAK 1 UNIT	:	1 x 44,188	Rp 44,188			
MASA PAJAK 3 BULAN	:	3 x 44,188	Rp 132,563			

WALIKOTA MATARAM, 24

H. AHYAR ABDUH