

**BERITA DAERAH  
KABUPATEN MAJALENGKA**



**NOMOR : 17**

**TAHUN 2010**

---

**PERATURAN BUPATI MAJALENGKA  
NOMOR 17 TAHUN 2010  
TENTANG  
PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME  
BUPATI MAJALENGKA,**

Menimbang :  
bahwa sebagai pelaksanaan Pasal 20 ayat (6), Pasal 22 ayat (2), Pasal 23 ayat (2) dan Pasal 24 Peraturan Daerah Kabupaten Majalengka Nomor 9 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah Kabupaten Majalengka, maka perlu menetapkan Peraturan Bupati tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame di Kabupaten Majalengka.

- Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Propinsi Djawa Barat (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 1950) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1968 tentang Pembentukan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang dengan Mengubah Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Propinsi Djawa Barat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1968 Nomor 31, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2851);
  2. Undang-Undang...2

*fu*

2. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggara Negara yang Bersih dan Bebas dari Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 75, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3851);
3. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4286);
4. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 5, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4355);
5. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 53, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4395);
6. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan Pengelolaan dan Tanggungjawab Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 66, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4400);
7. 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 beberapa kali diubah 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);
8. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 126, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4438);

9. Undang-Undang...3



9. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038);
10. 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);
11. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4578);
12. Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2005 tentang Pedoman Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4593);
13. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 59 Tahun 2007 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah;
14. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 1999 tentang Pedoman Cara Penghitungan Nilai Sewa Reklame;
15. Peraturan Daerah Kabupaten Majalengka Nomor 2 Tahun 2008 tentang Urusan Pemerintahan Daerah Kabupaten Majalengka (Lembaran Daerah Kabupaten Majalengka Tahun 2008 Nomor 2, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Majalengka Nomor 1);
16. Peraturan Daerah Kabupaten Majalengka Nomor 2 Tahun 2009 tentang Pokok-Pokok Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Majalengka (Lembaran Daerah Kabupaten Majalengka Tahun 2009 Nomor 2);

17. Peraturan Daerah Kabupaten Majalengka Nomor 9 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah Kabupaten Majalengka (Lembaran Daerah Kabupaten Majalengka Tahun 2010 Nomor 9);

**MEMUTUSKAN :**

Menetapkan :  
**PERATURAN BUPATI TENTANG PERHITUNGAN NILAI SEWA REKLAME DI KABUPATEN MAJALENGKA.**

**BAB I  
KETENTUAN UMUM**

**Pasal 1**

Dalam Peraturan Bupati ini yang dimaksud dengan :

1. Daerah adalah Kabupaten Majalengka;
2. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kabupaten Majalengka;
3. Bupati adalah Bupati Majalengka;
4. Dinas adalah satuan kerja perangkat daerah yang berwenang dalam bidang Pajak daerah;
5. Kepala Dinas adalah kepala satuan kerja perangkat daerah yang berwenang dalam bidang Pajak daerah;
6. 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 apa pun, 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.

7. 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.
8. Pembayaran adalah jumlah yang diterima atau seharusnya diterima sebagai imbalan atas penyelenggaraan reklame yang dibayarkan kepada Pemerintah Daerah;
9. Masa Pajak adalah jangka waktu 1 (satu) bulan kalender atau jangka waktu lain yang diatur dengan Peraturan Bupati, yang menjadi dasar bagi Wajib Pajak untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan pajak yang terutang.
10. Tahun Pajak adalah jangka waktu yang lamanya 1 (satu) tahun kalender, kecuali bila Wajib Pajak menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun kalender.
11. Pajak yang terutang adalah pajak yang harus dibayar pada suatu saat, dalam Masa Pajak, dalam Tahun Pajak, atau dalam Bagian Tahun Pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan daerah.
12. Panggung Reklame adalah sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa bidang reklame yang diatur dengan baik dalam suatu komposisi yang estetik, baik dan segi kepentingan penyelenggara, masyarakat yang melihat maupun keserasiannya dengan pemanfaatan ruang beserta lingkungan sekitarnya;
13. Lokasi Reklame adalah tempat pemasangan satu atau beberapa buah reklame;
14. Penyelenggaraan Reklame adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas nama sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya;
15. Kawasan/Zone adalah batasan-batasan wilayah tertentu sesuai dengan pemanfaatan wilayah tersebut yang dapat digunakan untuk pemasangan reklame;

16.Reklame...6



16. Reklame Megatron/Videotron adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar maupun tidak dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik;
17. Reklame Papan/Biliboard adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu termasuk plastic, fiber glass, kaca, batu, logam, alat penyinar atau bahan lain yang sejenis yang berbentuk lampu pijar atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) dengan cara digantung, ditempelkan dan/atau dipasang ditempat yang telah diijinkan;
18. Reklame Baligo adalah reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain yang sejenis dipasang atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, pohon, tiang;
19. Reklame Kain/Spanduk/Umbul-umbul adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain termasuk kertas, plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis;
20. Reklame Tempol/Sticker adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda milik pribadi atau pihak lain dengan ketentuan luasnya tidak lebih dan 100 cm<sup>2</sup> perlembar;
21. Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan. dipasang atau digantung pada suatu benda lain;
22. Reklame Berjalan/Kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan atau benda yang bersifat bergerak/mobile yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang;
23. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara;

24.Reklame....7



24. Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, pesawat atau alat lain yang sejenis;
25. Reklame Suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dan atau oleh perantara pesawat atau alat apapun;
26. Reklame Slide/Reklame Film adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan/atau diperagakan melalui pesawat televisi;
27. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara
28. Nilai Jual Objek Reklame (NJOR) adalah merupakan keseluruhan pembayaran/pengeluaran biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dan atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya/harga beli bahan reklame, kontruksi, instalasi listrik, pembayaran/ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecetan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame selesai, dipancarkan, diperagakan, ditayangkan dan atau terpasang ditempat yang telah diijinkan;
29. Nilai Strategis Pemasangan Reklame yang selanjutnya disingkat (NSPR) adalah ukuran nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame tersebut berdasarkan kriteria kepadatan pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan di bidang usaha, pertimbangan ekonomi dan/atau nilai promotif;
30. Kelas Jalan Reklame adalah klasifikasi jalan menurut tingkat strategis dan komersial untuk penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Kepala Daerah.
31. 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.

32.Ketinggian...8

32. Ketinggian Reklame adalah jarak tegak lurus imajiner antara ambang paling atas bidang reklame dengan permukaan tanah dimana reklame tersebut berdiri.

## **BAB II NILAI SEWA REKLAME**

### **Bagian Kesatu Perhitungan Nilai Sewa Reklame**

#### **Pasal 2**

Nilai Sewa Reklame dihitung dengan menjumlahkan Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dengan Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR).

### **Bagian Kedua Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR)**

#### **Pasal 3**

- (1) Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) ditentukan berdasarkan komponen sebagai berikut :
- nilai biaya pembuatan reklame;
  - biaya pemasangan reklame;
  - biaya pemeliharaan reklame.
  - Lama Pemasangan;
  - Jenis Reklame;
  - Luas Bidang Reklame;
  - Ketinggian Reklame.
- (2) Besarnya Nilai Jual Objek Pajak Reklame NJOPR sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dihitung dengan rumus :

$$\text{NJOPR} = (\text{Ukuran Reklame} \times \text{Harga Dasar Ukuran Reklame}) + (\text{Ketinggian Reklame} \times \text{Harga Dasar Ketinggian Reklame})$$

- (3) Harga Dasar Ukuran dan Ketinggian Reklame ditentukan sebagai berikut :

No	Jenis Reklame	Masa Pajak	Nilai Jual Pajak Reklame			
			Harga Dasar Ukuran Reklame (Rp./M <sup>2</sup> )			Harga Dasar Ketinggian Reklame (Rp./M <sup>2</sup> )
			< 10	10-50	>50	
1.	Megatron/Videotron	Per Tahun	2.000.000	2.500.000	3.000.000	250.000
2.	Dinamics Board	Per Tahun	1.500.000	2.500.000	3.000.000	250.000
3.	Bilboard/Papan :					
	a. Bando Jalan/JPO	Per Tahun	1.200.000	1.500.000	2.500.000	250.000
	b. Dengan Penerangan	Per Tahun	850.000	950.000	1.000.000	100.000
	c. Tanpa Penerangan	Per Tahun	800.000	900.000	950.000	100.000
	d. Menempel Dinding	Per Tahun	300.000	600.000	800.000	50.000
	e. Himplate	Per Tahun	300.000	600.000	800.000	50.000

#### Pasal 4

- (1) Untuk menghitung luas reklame sebagai dasar pengenaan pajak dilakukan dengan cara sebagai berikut :
- Reklame yang mempunyai bingkai atau batas, dihitung dari bingkai atau batas paling luar dimana seluruh gambar, kalimat atau huruf-huruf tersebut berada di dalamnya;
  - Reklame yang tidak berbentuk persegi dan tidak berbingkai, dihitung dari gambar, kalimat atau huruf-huruf yang paling luar dengan jalan menarik garis lurus vertikal dan horisontal, hingga merupakan empat persegi;
  - Reklame yang berbentuk pola, dihitung dengan rumus berdasarkan bentuk benda masing-masing.

(2)Ketinggian...10

*h*

- (2) Ketinggian reklame merupakan jarak antara ambang paling atas bidang reklame dan permukaan tanah rata-rata yang dinyatakan dalam ukuran meter.
- (3) Dalam hal reklame ditempatkan/diletakan di lantai dua suatu gedung, pengukuran ketinggian reklame ditentukan jarak antara ambang paling atas bidang reklame dan lantai dua gedung dimaksud.

**Bagian Ketiga**  
**Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)**

**Pasal 5**

- (1) Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) dihitung berdasarkan komponen sebagai berikut :
  - a. Fungsi ruang/guna lahan;
  - b. sudut pandang;
  - c. kelas jalan;
- (2) Pada tiap komponen nilai strategis pemasangan reklame (NSPR) sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan bobot nilai.

**Pasal 6**

- (1) Besarnya NSPR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1), dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$\text{NSPR} = (\text{Nilai Fungsi Ruang} + \text{Nilai Fungsi Jalan} + \text{Nilai Sudut Pandang}) \times \text{Harga Dasar Nilai Strategis}$
--

- (2) Perhitungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku hanya untuk 1 (satu) sisi.

(3) Dalam.... 11



- (3) Dalam hal reklame terdiri dari lebih dari 1 (satu) sisi, maka perhitungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikalikan dengan banyaknya sisi.

### **Pasal 7**

- (1) Fungsi Ruang/Guna Lahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf a dapat dikelompokkan menjadi antara lain :
- a. fasilitas umum komersial dan jasa;
  - b. ruangan terbuka hijau;
  - c. permukiman;
  - d. pendidikan;
  - e. kesehatan;
  - f. pergudangan;
  - g. industri.
- (2) Fungsi ruang/guna lahan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikelompokkan kedalam kawasan-kawasan sebagai berikut :
- a. Kawasan Khusus yang meliputi :
    1. Pusat Pemerintahan;
    2. Pusat Perdagangan dan Jasa;
    3. Kawasan Industri;
    4. Jalan Tol;
    5. Stasiun/Terminal/Bandara.
  - b. Kawasan Selektif yang meliputi :
    1. Kawasan Pendidikan;
    2. Kawasan Pelayanan Kesehatan.
  - c. Kawasan Umum yang meliputi permukiman dan perumahan.

### **Pasal 8**

Ukuran reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf b ditetapkan berdasarkan luas reklame yang dipasang dan dikelompokkan dalam kelas interval.

**Pasal 9....12**

**Pasal 9**

- (1) Sudut pandang reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf c merupakan jumlah arah penyelenggaraan reklame tersebut dapat dipandang.
- (2) Sudut pandang reklame dibedakan berdasarkan jumlah arah lalu lintas di sekitar lokasi reklame yang dapat dikategorikan sebagai berikut :
  - a. sudut pandang lebih atau sama dengan 4 arah;
  - b. sudut pandang 3 arah;
  - c. sudut pandang 2 arah;
  - d. sudut pandang 1 arah;
  - e. dalam ruangan.
- (3) Sudut pandang lebih dari atau sama dengan 4 arah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a apabila reklame berada pada area perlimaanan atau simpang lima atau lebih dari 5 persimpangan.
- (4) Sudut pandang 3 arah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b apabila reklame berada pada area perempatan atau simpang empat.
- (5) Sudut pandang 2 arah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c apabila reklame berada pada jalur lalu lintas dua arah atau berada pada pertigaan atau simpang tiga.
- (6) Sudut pandang 1 arah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf d apabila reklame berada pada jalur lalu lintas satu arah atau hanya dapat dilihat pada kawasan tertentu.

**Pasal 10**

- (1) Kelas jalan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat(1) huruf d dapat dibedakan berdasarkan lebar jalan dan dikelompokkan dalam kelas interval.

(2) Kelas....13

- (2) Kelas jalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikategorikan sebagai berikut :
- Jalan Arteri;
  - Jalan Kolektor;
  - Jalan Lingkungan.

### Pasal 11

- (1) Nilai Komponen Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) ditetapkan sebagai berikut :

No	Nilai Komponen Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)					
	Nilai Fungsi Ruang		Nilai Fungsi Jalan		Nilai Sudut Pandang	
	(Bobot 50%)	Nilai	(Bobot 30%)	Nilai	(Bobot 20%)	Nilai
1	Kawasan Khusus	3	Jalan Arteri	3	4 arah	3
2	Kawasan Selektif	2	Jalan Kolektor	2	3 arah	2
3	Kawasan Umum	1,5	Jalan Lingkungan	1	Dalam gedung atau 1-2 arah	1

- (2) Harga Dasar Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) ditetapkan sebagai berikut :
- Ukuran Reklame  $> 50 \text{ M}^2$  = Rp. 1.500.000,00
  - Ukuran Reklame diantara  $10-50 \text{ M}^2$  = Rp. 600.000,00
  - Ukuran Reklame diantara  $3-9 \text{ M}^2$  = Rp. 200.000,00
  - Ukuran Reklame sampai dengan  $2,99 \text{ M}^2$  = Rp. 100.000,00

**Bagian Keempat**  
**Nilai Sewa Reklame Insidentil**

**Pasal 12**

- (1) Nilai Sewa Reklame Insidentil ditetapkan dengan menjumlahkan Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dan Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR).
- (2) Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) dan Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR) sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan sebagai berikut :

No.	Jenis Reklame	Masa Pajak	Nilai Jual Obyek Pajak Reklame	Satuan	Nilai Strategis Pemasangan Reklame (NSPR)		
					Jalan Arteri	Jalan Kolektor	Jalan Lingkungan
1.	Baliho	Per Bulan	120.000	Rp./m <sup>2</sup>	40.000	35.000	30.000
2.	Kain Spanduk/ Banner	Per Bulan	120.000	Rp./m <sup>2</sup>	40.000	35.000	30.000
3.	Kain Umbul-umbul	Per Hari	4.000	Rp./m <sup>2</sup>	40.000	35.000	30.000
4.	Selebaran/Brosur Leaflet	Per Penyelenggaraan	300	Rp./lembar			
5.	Stiker/Poster/ Melekat	Per Penyelenggaraan	25	Rp./cm <sup>2</sup>			
6.	Berjalan/Kendaraan	Per Tahun	1.500.000	Rp./m <sup>2</sup>			
7.	Udara/Baion	Per Penyelenggaraan	3.500.000	Rp./buah			
8.	Suara	Per Penyelenggaraan	50.000	Rp./m <sup>2</sup>			
9.	Film/Slide	Per Penyelenggaraan	1.000	Rp./10 detik			
10.	Suara	Per Menit	2.000	Rp./10 menit			
11.	Peragaan	Per Penyelenggaraan	500.000	Rp./bulan			

**BAB III**  
**MASA PAJAK REKLAME**

**Pasal 13**

- (1) Masa Pajak dengan jangka waktu yang lamanya 1 (satu) tahun bagi jenis Reklame :
  - a. Megatron;
  - b. Videotron (Dinamics Board, Video Wall);
  - c. Billboard/Papan (Bando Jalan, Jembatan Penyeberangan Orang, Papan, Neon Sigh, Neon Box);
  - d. Berjalan/Kendaraan;
  - e. Suara/Permanen.
  - f. *Wall painting* (lukisan dinding/tembok).
- (2) Masa Pajak dengan jangka waktu yang lamanya 1 (satu) bulan bagi jenis reklame:
  - a. Meiekat (Timpate, Poster dan Stiker);
  - b. Udara/Balon;
  - c. Film/Slide;
  - d. Peragaan (Permanen);
  - e. Baligo,
  - f. Kain/Spanduk/Umbul-umbul/Banner
- (3) Masa Pajak dengan jangka waktu yang lamanya 1 (satu) hari bagi jenis reklame insidental pada acara tertentu:
  - a. Umbul-umbul
  - b. Banner
- (4) Masa Pajak dengan jangka waktu yang lamanya 1 (satu) kali penyelenggaraan bagi jenis reklame:
  - a. Selebaran/Brosur/Leafleat;
  - b. Suara (tidak permanen);
  - c. Peragaan (tidak permanen).

**BAB IV**  
**KETENTUAN LAIN-LAIN**

**Pasal 14**

- (1) Besarnya nilai sewa reklame untuk Reklame minuman beralkohol dan rokok ditambah 20% (dua puluh persen) dari Nilai Sewa Reklame.
- (2) Besarnya nilai sewa reklame untuk Reklame nama profesi serta lembaga pendidikan swasta dikurangi 20 % (dua puluh persen) dari Nilai Sewa Reklame.
- (3) Bagi Wajib Pajak yang merubah materi dan visual reklame meskipun masa pajak reklame belum habis diharuskan membayar kembali pajak reklame sesuai ketentuan yang berlaku.

**BAB V**  
**KETENTUAN PENUTUP**

**Pasal 15**

Dengan berlakunya Peraturan Bupati ini maka Keputusan Bupati Majalengka Nomor 421 Tahun 2003 tentang Tata Cara Perhitungan Nilai Sewa Reklame sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Bupati Majalengka Nomor 9 Tahun 2006 tentang Perubahan Atas Keputusan Bupati Majalengka Nomor 421 Tahun 2003 tentang Tata Cara Perhitungan Nilai Sewa Reklame (Berita Daerah Kabupaten Majalengka Tahun 2006 Nomor 9, Seri B), dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

**Pasal 16....17**



**Pasal 16**

Peraturan Bupati ini mulai berlaku sejak tanggal diundangkan.

Agar setiap orang dapat mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Bupati ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kabupaten Majalengka.

Ditetapkan di Majalengka  
pada tanggal 30 Desember 2010

**BUPATI MAJALENGKA,**

**Cap/ttd**

**SUTRISNO**

Diundangkan di Majalengka  
pada tanggal 30 Desember 2010

**SEKRETARIS DAERAH  
KABUPATEN MAJALENGKA,** 

  


**ADE RACHMAT ALI**

LEMBARAN DAERAH KABUPATEN MAJALENGKA TAHUN 2010  
NOMOR 17