

BAB II

PAJAK REKLAME

2.1 Pajak Daerah

Pajak daerah merupakan suatu sistem perpajakan Indonesia, yang pada dasarnya merupakan beban masyarakat sehingga perlu di jaga agar kebijakan tersebut dapat memberikan beban yang adil. Pembinaan Pajak Daerah seharusnya dilakukan secara terpadu dengan pajak nasional. Pembinaan ini dilakukan secara terus-menerus, terutama mengenai objek dan tarif pajak, sehingga antara pajak pusat dan Pajak Daerah dapat saling melengkapi.

2.1.1. Pengertian Pajak Daerah

Pajak Daerah, yang selanjutnya disebut pajak, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 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.

2.1.2 Penggolongan Pajak Daerah

Pajak daerah adalah pajak yang wewenang pemungutannya ada pada Pemerintah Daerah yang pelaksanaannya dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah. Pajak Daerah diatur dalam Undang-Undang dan hasilnya akan masuk ke Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah. Pajak Daerah yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor

34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terdiri dari 4 jenis Pajak Daerah Tingkat I dan 7 jenis Pajak Daerah Tingkat II adalah: (Suandy, 2002, 41)

2.1.2.1. Pajak Daerah Tingkat I

1. Pajak Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air adalah pajak atas kepemilikan dan/atau penggunaan kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air.

Dimana kendaraan bermotor adalah semua kendaraan beroda dua atau lebih beserta gandengannya yang digunakan di semua jenis jalan darat, dan digerakan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan, termasuk alat-alat berat dan alat-alat besar yang bergerak. Dan kendaraan di atas air adalah semua kendaraan yang digerakan oleh peralatan teknik berupa motor atau peralatan lainnya yang berfungsi untuk mengubah suatu sumber daya energi tertentu menjadi tenaga gerak kendaraan bermotor yang bersangkutan yang digunakan di atas air.

2. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Kendaraan di Atas Air pajak atas penyerahan hak milik kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air sebagai akibat perjanjian dua pihak atau perbuatan sepihak atau keadaan yang terjadi karena jual beli, tukar menukar, hibah, warisan, atau pemasukan kedalam badan usaha.

3. Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor adalah pajak atas bahan bakar yang disediakan atau dianggap digunakan untuk kendaraan bermotor, termasuk bahan bakar yang digunakan untuk kendaraan di atas air.
4. Pajak Pengambilan dan Pemanfaatan Air Bawah Tanah dan Air Permukaan pajak atas pengambilan dan pemanfaatan air bawah tanah dan / atau air permukaan untuk digunakan bagi orang pribadi atau badan, kecuali untuk keperluan dasar rumah tangga dan pertanian rakyat. Air bawah tanah adalah air yang berada di perut bumi, termasuk mata air yang muncul secara alamiah di atas permukaan tanah. Air permukaan adalah air yang berada di atas permukaan bumi, tidak termasuk air laut.

2.1.2.2. Pajak Kabupaten atau Kota

1. Pajak hotel adalah pajak atas pelayanan Hotel. Hotel adalah bangunan yang khusus disediakan bagi orang untuk dapat menginap/istirahat, memperoleh pelayanan, dan/atau fasilitas lainnya dengan dipungut bayaran, termasuk bangunan lainnya yang menyatu, dikelola dan dimiliki oleh pihak yang sama, kecuali untuk pertokoan dan perkantoran.
2. Pajak restoran adalah pajak atas pelayanan restoran. Restoran adalah tempat menyantap makanan dan/atau minuman yang disediakan dengan dipungut bayaran, tidak termasuk usaha jasa boga atau catering.
3. Pajak Hiburan adalah pajak atas penyelenggaraan hiburan. Hiburan adalah semua jenis pertunjukan, permainan, permainan ketangkasan, dan/atau keramaian dengan nama dan bentuk apapun, yang ditonton atau

dinikmati oleh setiap orang dengan dipungut bayaran, tidak termasuk penggunaan fasilitas untuk berolah raga.

4. Pajak reklame adalah pajak atas penyelenggaraan atas reklame. 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 barang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari satu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.
5. Pajak penerangan jalan adalah pajak atas penggunaan tenaga listrik, dengan ketentuan bahwa di wilayah Daerah tersebut tersedia penerangan jalan, yang rekeningnya dibayar oleh Pemerintah Daerah.
6. Pajak pengambilan bahan galian golongan C adalah pajak atas kegiatan pengambilan bahan galian golongan C sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
7. Pajak parkir adalah pajak yang dikenakan atas penyelenggaraan tempat parkir di luar badan jalan oleh orang pribadi atau badan, baik yang disediakan berkaitan dengan pokok usaha maupun yang disediakan sebagai suatu usaha, termasuk penyediaan tempat penitipan tempat penitipan kendaraan bermotor dan garasi kendaraan bermotor yang memungut bayaran.

2.2. Pajak Reklame

Iklan luar-ruang (outdoor) adalah bentuk iklan yang paling tua. Iklan outdoor terdiri dari poster-poster dalam berbagai ukuran, dan papan-papan yang bercat (reklame), baik itu terbuat dari besi, kayu atau bambu, serta dihias dan dipajang di jalan-jalan dan atau pada tempat-tempat yang terbuka atau yang disekitarnya cukup strategis untuk dilihat sebanyak mungkin orang yang lewat. Dimana fungsi utama sarana ini adalah sebagai iklan untuk mengingatkan, seperti yang dilakukan oleh berbagai perusahaan, atau sebagai media sekunder untuk mendukung kampanye iklan di media cetak atau televisi, sehingga fungsinya lebih sebagai pendukung atau pengulang kampanye iklan di media utama. (Jefkins, 1997, 127)

Iklan luar ruang khususnya reklame walaupun fungsi utamanya hanya sebagai sarana pendukung, namun dalam kenyataannya tetap merupakan suatu pilihan utama bagi perusahaan sebagai produsen untuk lebih memposisikan produknya agar lebih dikenal masyarakat. Maka dirasa perlu bagi Pemerintah untuk mengeluarkan suatu peraturan yang bertujuan untuk mengatur penyelenggaraan reklame agar sesuai dengan rencana tata ruang, rasa keindahan dan ketertiban masyarakat, serta sebagai usaha pembinaan, pengendalian, dan pengawasan atas pemasangan reklame tersebut.

Berdasarkan beberapa pertimbangan diatas maka Pemerintah Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta mengeluarkan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 9 Tahun 1998 Tentang Pajak Reklame dan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor

8 Tahun 1998 tentang izin penyelenggaraan reklame sebagai suatu sarana pengatur penyelenggaraan reklame khususnya di Kotamadya Yogyakarta.

2.2.1. Pengertian Pajak Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 9 Tahun 1998, Pajak Reklame yang selanjutnya disebut Pajak adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame.

2.2.2. Pengertian Reklame

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.

2.2.3. Penyelenggara Reklame

Penyelenggara Reklame adalah perorangan atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

2.2.4. Objek Pajak Reklame

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa Pajak Reklame dikenakan atas penyelenggaraan reklame, otomatis yang menjadi Obyek pajak reklame adalah semua penyelenggaraan reklame. Tetapi terdapat beberapa pengecualian atas Objek pajak reklame, yaitu:

1. Penyelenggaraan reklame oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah.

2. Penyelenggaraan reklame melalui media televisi, radio, surat kabar, majalah dan sejenisnya.

2.2.5. Subjek Pajak Reklame

Subyek Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan atau memesan reklame.

2.2.6. Wajib Pajak Reklame

Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame.

2.2.7. Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar pengenaan pajak adalah Nilai Jual Objek Pajak Reklame atau sering disebut Nilai Sewa Reklame. Dimana nilai sewa reklame dihitung berdasarkan pemasangan, lama pemasangan, nilai strategis, lokasi dan jenis reklame.

Hasil perhitungan nilai sewa reklame dinyatakan dalam bentuk tabel ditetapkan dengan Keputusan Kepala Daerah. Perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR) ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{NSR} : \frac{\text{Biaya Pemasangan} + \text{Biaya Pemeliharaan}}{\text{Lama Pemasangan}} + \text{Nilai Strategis}$$

2.2.8. Tarif Pajak Reklame

Tarif Pajak adalah jangka waktu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Tarif Pajak ditetapkan sebesar 25% (dua puluh lima persen).

2.2.9. Surat Izin Penyelenggaraan Reklame

Surat Izin Penyelenggaraan Reklame adalah naskah dinas yang berisi pemberian izin kepada seseorang atau badan untuk menyelenggarakan reklame.

2.2.10. Izin Penyelenggaraan dan Jenis-Jenis Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998, setiap penyelenggaraan reklame dan alat peraga penyerupai reklame yang bertujuan non komersial di Wilayah Daerah, harus mendapatkan izin Kepala Daerah. Dimana Dalam memberikan izin penyelenggaraan reklame Kepala Daerah dapat menunjuk instansi yang berwenang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam menetapkan izin Kepala Daerah berpedoman pada master plan reklame. Dan master plan reklame ini ditetapkan dengan Keputusan Kepala Daerah. Izin penyelenggaraan ini adalah untuk jangka waktu tertentu dan dituangkan dalam surat izin.

Jenis-jenis reklame yang diizinkan adalah :

- a. Reklame papan/billboard
- b. Reklame megatron;
- c. Reklame baliho;
- d. Reklame cahaya;
- e. Reklame kain;
- f. Reklame melekat (stiker);
- g. Reklame selebaran;

- h. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan;
- i. Reklame udara;
- j. Reklame suara;
- k. Reklame film/slide;
- l. Reklame peragaan.

2.2.11. Syarat-Syarat Pengajuan Izin

Untuk dapat memiliki Izin Penyelenggaraan Reklame penyelenggara harus memenuhi syarat - syarat :

1. mengajukan permohonan secara tertulis kepada Kepala Daerah dengan menggunakan blangko yang disediakan;
2. dilengkapi gambar-gambar teknis dan atau surat-surat lain yang diperlukan;
3. untuk jenis reklame tertentu wajib memberikan jaminan biaya pembongkaran yang besarnya ditentukan oleh Kepala Daerah.

Bentuk dan tata naskah blangko permohonan dan blangko Surat Izin Penyelenggaraan Reklame ditetapkan dengan Keputusan Kepala Daerah.

Jika ada pernyataan keberatan dari sesuatu pihak, maka tidak menjadi penghalang bagi pemohon untuk meneruskan permohonannya kepada Kepala Daerah dan terhadap keberatan ini akan diadakan penelitian untuk diselesaikan. Pihak-pihak yang berkeberatan diberitahu tentang masuknya permohonan selambat-lambatnya dalam waktu 15 (lima belas) hari.

Pengambilan Surat Izin Penyelenggaraan Reklame dilakukan setelah melunasi Pajak Reklame menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku dan menyerahkan jaminan biaya pembongkaran untuk jenis reklame tertentu, kecuali penyelenggaraan alat peraga menyerupai reklame yang bertujuan non komersial. Bagi penyelenggara reklame yang mendapatkan persetujuan Kepala Daerah untuk membayar pajak secara angsuran, pengambilan Surat Izin Penyelenggaraan Reklame dapat dilakukan setelah membayar sekurang-kurangnya 50 % (lima puluh persen) dari pajak terutang. Permohonan izin dapat ditolak apabila reklame yang akan diselenggarakan menurut pertimbangan Kepala Daerah akan mengurangi keindahan atau akan mengganggu ketertiban, keamanan, kenyamanan, rasa kesusilaan, kesehatan umum dan kepentingan pembangunan Daerah.

2.2.12. Penyelenggaraan Reklame

Penyelenggaraan reklame dilaksanakan setelah Surat Izin Penyelenggaraan Reklame diterbitkan. Dalam penyelenggaraan reklame, penyelenggara harus memenuhi syarat-syarat yang ditentukan didalam Surat Izin Penyelenggaraan Reklame. Penyelenggaraan Reklame ini mendapatkan perlindungan dari Pemerintah Daerah. Bentuk, sifat dan jenis perlindungan penyelenggaraan reklame ditetapkan dengan Keputusan Kepala Daerah.

Penyelenggara Reklame berkewajiban untuk :

1. memelihara benda/alat reklame agar selalu dalam keadaan baik;
2. segera meniadakan benda/alat reklame setelah jangka waktu izinnya berakhir atau setelah izinnya dicabut;

3. menanggung resiko bila terjadi kecelakaan yang diakibatkan karena penyelenggaraan reklame dilapangan.

2.2.13. Pencabutan Izin

Kepala Daerah berhak untuk mencabut izin penyelenggaraan reklame apabila :

1. diadakan perubahan pada suatu reklame sedemikian rupa sehingga menyimpang dari ketentuan-ketentuan yang dicantumkan dalam surat izin;
2. penyelenggara reklame tidak memenuhi kewajibannya.

Pencabutan izin ini dilaksanakan setelah pemegang izin diberi peringatan terlebih dahulu. Dalam pencabutan izin tersebut dapat disertai perintah untuk menghentikan, mencabut, menyingkirkan atau menurunkan reklame atas biaya pemegang izin.

Dalam Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998 Pasal 14 Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame disebutkan bahwa:

- a. Kepala Daerah berhak untuk menghentikan, mencabut, menyingkirkan atau menurunkan reklame yang tidak berizin, dan reklame tersebut menjadi milik Pemerintah Daerah.
- b. Kepala Daerah berhak untuk menghentikan, mencabut, menyingkirkan atau menurunkan reklame yang jangka waktu izinnya dicabut, atas biaya penyelenggara reklame.

Dalam waktu 3 (tiga) kali 24 (dua puluh empat) jam, penyelenggara reklame yang tidak berizin dapat mengambil bongkaran reklame dengan mengganti biaya yang telah dikeluarkan oleh Kepala Daerah untuk menghentikan, mencabut, menyingkirkan atau menurunkan reklame.

2.2.14. Ketentuan Pidana

Pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame diancam dengan pidana kurungan paling lama 3 (tiga) bulan atau denda paling banyak Rp.50.000,- (lima puluh ribu rupiah). Tindak pidana yang dimaksud disini adalah pelanggaran.

2.2.15. Penyidikan

Selain oleh Penyidik POLRI, penyidikan atas tindak pidana pelanggaran ini dilaksanakan oleh pejabat Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) di lingkungan Pemerintah Daerah yang pengangkatannya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam melaksanakan tugas penyidikan, para penyidik berwenang untuk:

1. menerima laporan atau pengaduan dari seseorang tentang adanya tindak pidana;
2. melakukan tindakan pertama pada saat itu ditempat kejadian dan melakukan pemeriksaan;
3. menyuruh berhenti seseorang tersangka dan memeriksa tanda pengenal diri tersangka;
4. melakukan penyitaan benda dan atau surat;

5. mengambil sidik jari dan memotret tersangka;
6. memanggil orang untuk didengar dan diperiksa sebagai tersangka atau saksi;
7. mendatangkan orang ahli dalam hubungannya dengan pemeriksaan perkara;
8. mengadakan penghentian penyidikan setelah mendapat petunjuk dari penyidik POLRI bahwa tidak terdapat cukup bukti atau peristiwa tersebut bukan merupakan tindak pidana dan selanjutnya melalui penyidik POLRI memberitahukan hal tersebut kepada penuntut umum, tersangka atau keluarganya;
9. melakukan tindakan lain menurut hukum yang dapat dipertanggungjawabkan.

2.2.16. Pengawasan

Pengawasan terhadap pelaksanaan Peraturan Daerah ini ditugaskan kepada Instansi yang berwenang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.3. Pelelangan

Berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 30 Tahun 2005 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame, pemanfaatan reklame ukuran maxi (8 x 4 m) di atas tanah milik negara dilaksanakan dengan cara pelelangan terbuka.

Dalam 1 (satu) tahun pelelangan dilakukan dalam 3 (tiga) periode, dimana untuk tahun 2005 periode I (Januari 2005-April 2005) lelang dilaksanakan pada

tanggal 18 April 2005, periode II (Mei 2005-Agustus 2005) lelang dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus 2005, dan periode III (September 2005-Desember 2005) lelang dilaksanakan tanggal 12 Desember 2005.

2.3.1. Nilai Jual Objek Pajak Reklame

Nilai Jual Objek Pajak Reklame atau yang sering disebut dengan Nilai Sewa Reklame dimana untuk reklame billboard berukuran maxi yang dipasarkan dengan menggunakan system lelang disebut juga Harga Perkiraan Sendiri (HPS) yang dihitung dengan rumus:

$$SHPL = NTSR \times SHD \times JW$$

Dimana:

SHPL : Standart harga pokok lelang

NTSR : Nilai titik strategis reklame

SHD : Standart harga dasar

JW : Jangka waktu

2.3.1.1. Nilai Titik Strategis Reklame

Berdasarkan Keputusan Tim Lelang Titik –Titik Reklame di Kota Yogyakarta No.1 Tahun 2005 tentang Penetapan Harga Perkiraan Sendiri Titik-Titik Reklame Di Kota Yogyakarta, Nilai Titik Strategis Reklame ditentukan oleh variable sebagai berikut:

- a. Klas Strategis per Ruas Jalan
- b. Jumlah Sisi Reklame

- c. Jenis Reklame
- d. Letak Reklame
- e. Ukuran Reklame

2.3.1.2. Standar Harga Dasar

Standar Harga Dasar ditentukan oleh hasil survey harga rata-rata reklame permanen per meter persegi yang dilakukan setiap periode lelang. Pada tahun 2005 terdapat 3 (tiga) periode lelang dimana standar harga dasar untuk masing-masing periode adalah sebagai berikut:

1. Periode I: sebesar Rp. 859.375,00 (Delapan Ratus Lima Puluh Sembilan Ribu Tiga Ratus Tujuh Puluh Lima Rupiah).
2. Periode II: sebesar Rp. 1.068.375,00 (Satu Juta Enam Puluh Delapan Ribu Tiga Ratus Tujuh Puluh Lima Rupiah)
3. Periode III: sebesar Rp. 935.250,00 (Sembilan Ratus Tiga Puluh Lima Ribu Dua Ratus Lima Puluh Rupiah).

2.3.1.3. Jangka Waktu

Jangka waktu yang dimaksud dalam keputusan Tim Lelang adalah selama 3 (tiga) tahun sejak diterbitkannya izin penyelenggaraan reklame tahun pertama.

2.3.2. Penanggung Jawab Pelaksanaan Lelang

Penanggung Jawab Pelaksanaan Lelang adalah Tim lelang Titik-titik Reklame di Kota Yogyakarta berdasarkan Keputusan Walikota Yogyakarta

Nomor 213/KEP/2005 tanggal 21 Mei 2005 tentang Pembentukan Tim Pelaksana Lelang Titik-titik Reklame di Kota Yogyakarta.

2.3.3. Peserta Lelang

Peserta lelang adalah perusahaan yang berbadan hukum dan berusaha di bidang reklame.

2.3.4. Lokasi Pengelolaan Reklame

Berdasarkan Keputusan Tim Lelang Titik-Titik Reklame Di Kota Yogyakarta Nomor 2 tahun 2005 tentang Rencana Kerja dan Syarat-syarat Pelaksanaan Lelang Titik-titik Reklame Tahap I di Kota Yogyakarta, lokasi pengelolaan titik reklame ditentukan oleh Tim Lelang Titik-titik Reklame di Kota Yogyakarta.

2.3.5. Jangka Waktu Pengelolaan Titik Reklame

1. Jangka waktu pengelolaan titik reklame ditetapkan selama 3 (tiga) tahun.
2. Pengelolaan titik lokasi pemasangan reklame selama 3 (tiga) tahun terhitung mulai tanggal, bulan dan tahun sejak izin diterbitkan pada tahun pertama.
3. Pelelangan atas titik reklame dilaksanakan 3 (tiga) bulan sebelum berakhirnya pengelolaan titik reklame terhitung mulai berakhirnya pengelolaan kontrak.

2.3.6. Pendaftaran Peserta dan Sitem Lelang

1. Peserta lelang wajib mendaftarkan diri pada Tim Pelaksana Lelang Titik-titik Reklame di Kantor Pelayanan Pajak Daerah dan dikenai biaya administrasi untuk mengganti biaya cetak dokumen lelang sebesar Rp. 25.000,- (Dua Puluh Lima Ribu Rupiah) dan calon peserta lelang akan diberi tanda peserta lelang.
2. Lelang dilaksanakan menggunakan system penawaran terbuka

2.4. Harga Penutupan Lelang

Disebutkan dalam Keputusan Tim Lelang Titik-Titik Reklame Di Kota Yogyakarta Nomor 2 tahun 2005 tentang Rencana Kerja dan Syarat-syarat Pelaksanaan Lelang Titik-titik Reklame Tahap I di Kota Yogyakarta bahwa nilai kelipatan minimal dalam penawaran di atas Harga Perkiraan Sendiri berdasarkan Kelas Strategis Ruas Jalan A sebesar Rp. 2.500.000,- (Dua Juta Lima Ratus Ribu Rupiah). Jadi selama proses pelelangan tersebut peserta diperbolehkan untuk melakukan penawaran dari harga pokok lelang (HPS) dengan kelipatan Rp. 2.500.000,- sampai diperoleh penawar dengan harga tertinggi dan panitia lelang menetapkannya sebagai pemenang lelang.

2.4.1. Pemenang Lelang

1. Panitia lelang menetapkan tiga peringkat calon pemenang lelang.
2. Pemenang lelang titik-titik reklame di Kota Yogyakarta berdasarkan penawaran tertinggi dan keputusan Tim Pelaksana Lelang tidak dapat diganggu gugat.

3. Apabila pemenang lelang peringkat pertama mengundurkan diri atau dinyatakan gugur maka secara otomatis pemenang lelang peringkat kedua dan selanjutnya ketiga.
4. Keputusan pemenang lelang dituangkan dalam Berita Acara.

2.4.2. Pembayaran Angsuran Dan Pelunasan

1. Pemenang lelang sebagai pengelola titik reklame diwajibkan membayar angsuran sebesar 30% (tiga puluh persen) dari harga penawaran paling lambat 360 (tiga ratus enam puluh) hari dari waktu pembayaran pertama.
2. Pemenang lelang sebagai pengelola titik reklame diwajibkan membayar pelunasan sebesar 20% (dua puluh persen) dari harga penawaran paling lambat 360 (tiga ratus enam puluh) hari dari waktu pembayaran kedua.
3. Pembayaran dilakukan pada jam kerja, melalui Bendahara Khusus Penerimaan Kantor Pelayanan Pajak Daerah Kota Yogyakarta.
4. Apabila ketentuan pembayaran angsuran pada ayat (1) dan pelunasan pada ayat (2) tersebut tidak dipenuhi maka hak pengelolaan titik dinyatakan gugur.

2.5. Harga Pasar Pemasangan Reklame

Titik-titik reklame yang telah dilelang kemudian dikelola oleh pemenang lelang sebagai pemegang hak pengelolaan titik, yang dalam hal ini adalah biro iklan. Fungsi biro iklan disini adalah sebagai perantara antara Pemerintah kota dengan penyelenggara reklame (perusahaan atau perorangan yang akan mengiklankan produknya).

Biro iklan akan menawarkan titik-titik reklame yang dikelolanya setelah memenangkan lelang kepada penyelenggara reklame. Dalam menentukan harga pemasangan reklame kepada penyelenggara ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain:

- Biaya produksi
- Biaya pemasangan
- Estimasi biaya listrik
- Biaya garansi
- Biaya perawatan
- Nilai titik strategis reklame
- Jangka waktu pemasangan

Sehingga dapat dihitung dengan rumus:

$$BPR = (BPr + BPm + BL + G + BPw + NSR) \times JW + L$$

Dimana:

BPR : Biaya pemasangan reklame

BPr : Biaya produksi

BPm : Biaya pemasangan

BL : Estimasi biaya listrik

G : Biaya garansi

BPw : Biaya perawatan

NSR : Nilai Titik Strategis Reklame

JW : Jangka waktu pemasangan reklame

L : Laba

2.5.1. Biaya Produksi

Biaya produksi yang dikeluarkan dalam proses pemasangan antara lain:

- Design layout reklame (optional)
- Biaya cetak
- Biaya pembuatan panggung (jika merupakan titik lokasi yang baru)

2.5.2. Biaya Pemasangan

Biaya pemasangan adalah biaya yang dikeluarkan oleh perantara (biro iklan) setelah reklame tersebut dicetak hingga pemasangan pada panggung. Atau dengan kata lain lebih kepada biaya tenaga kerja lapangan dalam proses pemasangan.

2.5.3. Estimasi Biaya Listrik

Reklame selain sebagai media promosi juga harus memiliki fungsi sebagai penambah nilai estetika suatu kota, selain itu seharusnya berfungsi sebagai penerangan bagi lingkungan sekitarnya. Maka khususnya untuk jenis reklame billboard dikenal istilah frontlight dan backlight.

Frontlight adalah jenis billboard yang pencahayaannya berasal dari lampu-lampu yang dipasang di depan, menghadap ke reklame tersebut. Sedangkan

backlight adalah jenis reklame yang pencahayaannya berasal dari lampu-lampu yang dipasang dibelakang reklame tersebut.

Dalam pencahayaan ini pelaksana akan bekerja sama dengan PLN setempat, sehingga diperlukan estimasi untuk biaya listrik yang dikeluarkan selama reklame tersebut diselenggarakan hingga habis masa berlakunya.

2.5.4. Biaya Garansi

Selama penyelenggaraan reklame terdapat banyak peristiwa yang terjadi yang dapat mengakibatkan kerusakan pada reklame tersebut. Jenis kerusakan yang digaransikan antara lain: arus pendek listrik, dan semua jenis kerusakan teknis, kecuali kerusakan karena faktor alam dan kerusakan karena kerusuhan massa.

2.5.5. Biaya Perawatan

Yang termasuk biaya perawatan adalah biaya perawatan reklame itu sendiri serta biaya perawatan panggung reklame.

2.5.6. Jangka Waktu Penyelenggaraan Reklame

Jangka waktu yang dimaksud adalah jangka waktu penyelenggaraan reklame yang disepakati oleh penyelenggara dengan perantara (biro iklan pemenang lelang) selama maksimal 3 (tiga) tahun.

2.5.7. Laba

Laba yang diambil oleh biro iklan dalam pemasangan satu titik lelang bervariasi tergantung dari kebijakan perusahaan. Namun prosentase laba di setiap perusahaan dapat dikatakan berkisar antara 15-25% dari biaya pemasangan.