

**TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN
PERJANJIAN PEMASANGAN PAPAN REKLAME ANTARA
PENGUSAHA DENGAN PEMERINTAH KABUPATEN
KENDAL**

SKRIPSI

Penulisan Hukum Dalam Bentuk Skripsi
Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S 1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh :
M.IRWAN ARDIANSAH
30301700205

**PROGRAM STUDI (S 1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN
TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN
PERJANJIAN PEMASANGAN PAPAN REKLAME ANTARA
PENGUSAHA DENGAN PEMERINTAH KABUPATEN
KENDAL



Diajukan Oleh :

M.IRWAN ARDIANSAH
30301700205

Telah Disetujui oleh:

Padatanggal: 02-Agustus-2021

Dosen Pembimbing


Dr. Hj. Siti Ummu Adillah, S.H., M.Hum.
NIDN: 06-0504-6702


HALAMAN PENGESAHAN
TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN
PERJANJIAN PEMASANGAN PAPAN REKLAME ANTARA
PENGUSAHA DENGAN PEMERINTAH KABUPATEN
KENDAL

Dipersiapkan dan disusun oleh :

M. Irwan Ardiansah
30301700205


Telah dipertahankan di depan tim penguji
Pada Tanggal 12 Agustus 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus


Tim Penguji
Ketua


Denny Suwondo, S.H, M.H
NIDN.0617106301

Anggota


Anggota


Dr. HD. Djunaedi, S.H, Sp.N
NIDK. 8897823420


Dr. Hj. Siti Ummu Adillah, S.H, M.Hum
NIDN. 0605046702

Mengetahui :

Dekan Fakultas Hukum


Prof. Dr. H. Gunarto, S.H, S.E, Akt., M. Hum
NIDN.0605036205

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Irwan Ardiansah

NIM : 30301700205

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul :

TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN PAPAN REKLAME ANTARA PENGUSAHA DENGAN PEMERINTAH KABUPATEN KENDAL

Adalah hasil karya sendiri, judul tersebut belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I di Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) ataupun universitas lain serta belum pernah ditulis maupun diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dirujuk dalam daftar pustaka. Karya tulis ilmiah ini adalah milik saya, segala bentuk kesalahan dan kekeliruan dalam karya tulis ilmiah ini adalah milik saya.

Semarang, 20 Agustus 2021


M. Irwan Ardiansah
NIM 30301700205

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“ Berusahalah yang terbaik, berdoa dan pasrahkanlah semuanya pada Allah SWT “

“Barang siapa yang menuntut ilmu sedang ia tidak mau mengamalkan niscaya ilmu tidak mau bertambah melainkan (hanya) kesombongan belaka”

(HR Turmudzi)

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Bapak dan Ibu tercinta yang senantiasa mendoakan dalam setiap langkahku
- ❖ Kedua Kakak ku yang selalu memberikan semangat dan support
- ❖ Almamater Fakultas Hukum UNISSULA Angkatan 2017

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya pada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“TINJAUAN YURIDIS PELAKSANAAN PERJANJIAN PEMASANGAN PAPAN REKLAME ANTARA PENGUSAHA DENGAN PEMERINTAH KABUPATEN KENDAL”**. Dengan maksud untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana (Strata 1) Ilmu Hukum dalam Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis sadar bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak ini tidak akan terwujud sebagaimana adanya sekarang ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini. Penulis ucapkan banyak-banyak terimakasih yaitu kepada yang Terhormat :

1. Kedua orang tua saya Bapak Sodikin dan Ibu Istianah tercinta, yang selalu ada untuk saya dalam keadaan apapun
2. Bapak Drs. H. Bedjo Santoso, MT., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Prof. Dr. Gunarto, S.H., S.E.Akt., M.Hum. selaku Dekan Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

4. Ibu Dr. Hj. Siti Ummu Adillah, S.H., M.Hum. selaku Dosen wali dan Dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, solusi dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Widayanti, S.H., M.H. dan Bapak Arpangi, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan I dan Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Ibu Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H,M.Hum. selaku Kaprodi S1 Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
7. Bapak Denny Suwondo, S.H,M,H. selaku Sekretaris Kaprodi S1 Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Fakultas Hukum yang sabar dalam mrenyampaikan ilmu dan membantu penulis selama berkuliah disini.
9. Ibu Kepala Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Badan Keuangan Daerah Kabupaten Kendal.
10. Seluruh teman-teman Fakultas Hukum.
11. Sahabat-Sahabatku

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari pada sempurna oleh karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang ada pada penulis. Namun demikian penulis telah berusaha dengan sekuat tenaga untuk mendekati kekurangan pada kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran-saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dan akan penulis terima dengan senang hati.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Semarang, 12 Agustus 2021

Penulis

(M.IrwanArdiansah)



ABSTRAK

Suatu perusahaan memerlukan upaya promosi dalam memasarkan barang atau jasa yang ditawarkannya. Berbagai cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memperkenalkan produknya salah satunya dengan iklan. Saat ini pemasaran iklan dengan papan reklame telah berkembang menjadi suatu sistem komunikasi yang sangat penting bagi perusahaan dan konsumen. Kemampuan reklame dan metode promosi lainnya didalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan Yuridis Sosiologis. Yuridis Sosiologis yaitu penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan hukum secara empiris dengan jalan terjun langsung ke objeknya. Spesifikasi penelitian hukum menggunakan data primer dan data sekunder. Data sekunder dikelompokkan menjadi tiga yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Metode pengumpulan data primer menggunakan wawancara dilapangan atau terhadap masyarakat, sedangkan metode pengumpulan data sekunder menggunakan studi kepustakaan. Metode analisis penelitian menggunakan deskriptif analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame antara pengusaha dengan pemerintah Kabupaten Kendal merupakan bentuk kerjasama antara pihak pemberi ijin dan pengusaha pemasang papan reklame, dengan beberapa syarat diantaranya mengajukan surat tertulis mengenai isi yang ada pada papan reklame pada Pemerintah Kabupaten Kendal Bagian Pajak Reklame. Pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame mendapati beberapa permasalahan diantaranya adanya wanprestasi perusahaan maupun Biro Periklanan bila terlambat membayar Pajak papan reklame, pemasangan papan reklame sebelum ijin dikeluarkan, dan perijinan papan reklame sudah kadaluwarsa dan tidak diperpanjang lagi.

Kata Kunci : Perjanjian, Pengusaha, Pemberi ijin, Papan Reklame

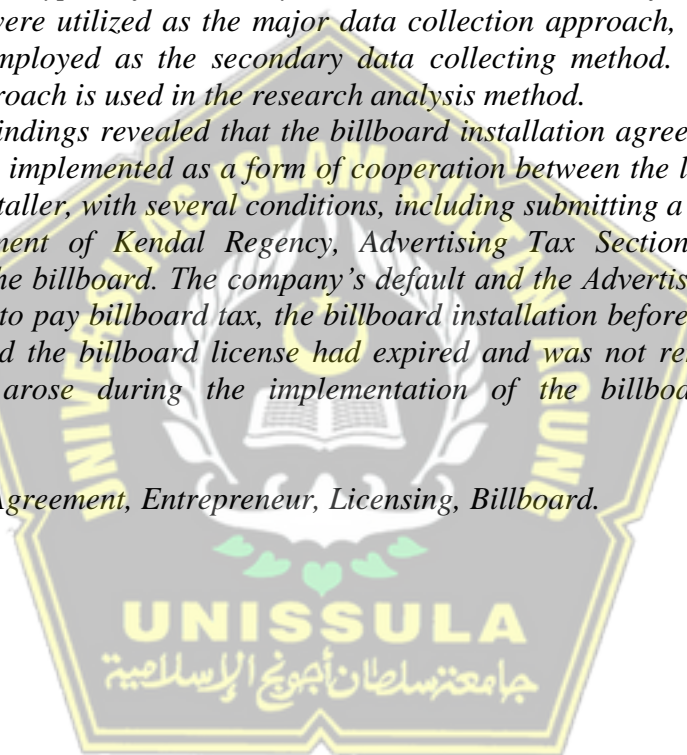
ABSTRACT

A company requires promotional efforts in marketing the goods or services it offers. Various ways that can be done by companies to be able to introduce their products one of them with advertising. Currently, advertising marketing with billboards has developed into a very important communication system for companies and consumers. The ability of billboards and other promotional methods in conveying messages to consumers makes these two fields play a very important role for the success of a company in marketing its products and services.

This study has a sociological and legal perspective. Sociological juridical study tries to empirically gather legal information by going straight to the source. Primary legal materials, secondary legal materials, and tertiary legal materials are the three types of secondary data. Interviews in the field or with the community were utilized as the major data collection approach, while literature study was employed as the secondary data collecting method. The descriptive analysis approach is used in the research analysis method.

The findings revealed that the billboard installation agreement in Kendal Regency was implemented as a form of cooperation between the licensee and the billboard installer, with several conditions, including submitting a written letter to the Government of Kendal Regency, Advertising Tax Section, detailing the contents of the billboard. The company's default and the Advertising Bureau if it was too late to pay billboard tax, the billboard installation before the permit was provided, and the billboard license had expired and was not renewed were all issues that arose during the implementation of the billboard installation agreement.

Keywords: Agreement, Entrepreneur, Licensing, Billboard.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Terminologi Penelitian.....	8
F. Metodologi Penelitian	11
1. Metode Pendekatan	12
2. Spesifikasi Penelitian.....	13
3. Jenis & Sumber Data.....	13
4. Metode Pengumpulan Data	15
5. Metode analisa data	16

G. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
A Tinjauan Umum Tentang Perjanjian.....	19
1.Pengertian Perjanjian	19
2.Syarat-Syarat Perjanjian	23
3.Asas-Asas Perjanjian	30
4.Berakhirnya Perjanjian	33
B. Prestasi dan Wanprestasi	33
1. Pengertian Prestasi.....	33
2. Pengertian Wanprestasi	35
C. Tinjauan Umum tentang Papan Reklame.....	37
1. Pengertian Reklame.....	37
D. Pemasangan Periklanan Melalui Papan Reklame Ditinjau Dari Hukum Islam	45
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Papan Reklame Antara Pengusaha dengan Pemerintah Kabupaten Kendal	49
B. Permasalahan dalam Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan papan Reklame antara Pengusaha dengan Pemerintah Kabupaten Kendal dan Solusinya	53
BAB IV PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Suatu perusahaan memerlukan upaya promosi dalam memasarkan barang atau jasa yang ditawarkannya. Berbagai cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memperkenalkan produk nya salah satunya dengan iklan. Saat ini pemasaran iklan dengan papan reklame telah berkembang menjadi suatu sistem komunikasi yang sangat penting bagi perusahaan dan konsumen. Kemampuan reklame dan metode promosi lainnya didalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya.¹

Reklame merupakan salah satu media pemasaran yang digunakan sebagai alat komunikasi antara pengusaha dengan masyarakat setempat, orang-orang yang berlalulalang dan wisatawan untuk memasarkan produk dan jasanya, sehingga penyelenggaraan reklame dilakukan di luar ruangan. Penyelenggara reklame akan cenderung memilih ruang terbuka kota untuk memasang reklame karena dianggap strategis sehingga pesan yang disampaikan akan mudah dilihat banyak orang. Tempat-tempat strategis terutama seperti persimpangan jalan. Adapun dalam pemasangan reklame tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Pemasangan reklame harus tetap

1

Lukman Wirianto, *Peran Reklame/ Iklan Dalam Mempromosikan Produk dan Jasa*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2010) hlm.7

menjaga estetika lingkungan dan tidak bertentangan dengan norma agama, kesopanan, ketertiban, keamanan, keselamatan, kesusilaan, kesehatan, serta sesuai dengan perencanaan kota. Oleh karena itu harus ada aturan mengenai penyelenggaraan reklame agar tercipta ketertiban dalam setiap penyelenggaraan reklame.

Aturan penyelenggaraan reklame di setiap kota berbeda-beda, karena berdasarkan Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa “Pemerintah daerah memiliki kewenangan untuk mengatur daerahnya masing-masing”. Selain itu dengan terbentuknya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pemerintahan Daerah, dimana daerah diberikan peluang untuk mengatur dan mengembangkan daerahnya dengan prinsip otonomi. Daerah mempunyai kewenangan untuk membuat kebijakan daerah yang bertujuan pada peningkatan kesejahteraan rakyat. Sehingga, Pemerintah Kabupaten Kendal dalam menggunakan kewenangannya untuk mengatur penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kendal membuat suatu kebijakan yaitu Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Reklame yang dimaksud dalam Peraturan Daerah Kabupaten Kendal Nomor 11 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan 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 menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat

dilihat, dibaca atau didengar, dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah atau pemerintah daerah. Dalam setiap penyelenggaraan reklame, penyelenggara diwajibkan untuk mempunyai izin.

Izin sebagai instrumen yuridis yang digunakan pemerintah untuk mengena-ruhi masyarakat agar mau mengikuti cara yang diajukannya guna mencapai tujuan konkret.²

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 24 Tahun 2006 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu pada Pasal 1 angka 8 menegaskan bahwa “izin adalah dokumen yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah berdasarkan peraturan daerah atau peraturan lainnya yang merupakan bukti legalitas, menyatakan sah atau diperbolehkannya seseorang atau badan untuk melakukan usaha atau kegiatan tertentu”. Sedangkan pada Pasal 1 angka 9 Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 24 Tahun 2006 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu menegaskan bahwa “perizinan adalah pemberian legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu, baik dalam bentuk izin maupun tanda daftar usaha”³

Izin penyelenggaraan reklame adalah izin yang diberikan kepada badan atau orang untuk menyelenggarakan atau memasang reklame. Dalam Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 Pasal 18 ayat (1) menyatakan bahwa “Setiap penyelenggaraan reklame di daerah, wajib mendapatkan izin dari

2R. Subekti, 1997, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Penerbit PT. Intermasa, Cetakan Kesepuluh, hlm. 4.

3Abdul Kadir Muhammad. 1992, *Hukum Perjanjian*, Bandung, Alumi.

Kepala SKPD yang membidangi perizinan”. Adanya ketentuan mengenai kewajiban memperoleh izin dalam setiap penyelenggaraan reklame, salah satunya agar tetap terjaganya lingkungan. Menurut Otto Soemarwoto lingkungan hidup diartikan sebagai ruang yang ditempati suatu makhluk hidup bersama dengan benda hidup dan tak hidup didalamnya.⁴ Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Pasal 1 angka 1 menyatakan bahwa “Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup termasuk di dalamnya manusia dan perilakunya yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya”.⁵ Antara makhluk hidup dengan lingkungan saling berinteraksi satu dengan yang lainnya. Makhluk hidup akan mempengaruhi lingkungannya, dan sebaliknya perubahan lingkungan akan mempengaruhi pula kehidupan makhluk hidup. Oleh karena itu pemberian izin penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kendal dilakukan dengan mempertimbangkan lingkungan. Di dalam Pasal 18 ayat (2) Peraturan Daerah Kabupaten Kendal Nomor 11 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame menyatakan bahwa "Dalam memberikan izin sebagaimana dimaksud Pasal 18 ayat (1) dilaksanakan dengan mempertimbangkan lingkungan yang berkaitan dengan aspek 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame menyatakan bahwa "Dalam memberikan

⁴Otto, Soemarwoto, 1991. *Ekologi Lingkungan Hidup dan Pembangunan*. Jakarta: Djambatan, hlm.11.

⁵Andi, Hamzah,. 2005. *Penegakan Hukum Lingkungan*. Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 5.

izin sebagaimana dimaksud Pasal 18 ayat (1) dilaksanakan dengan mempertimbangkan lingkungan yang berkaitan dengan aspek keindahan, ketertiban, keamanan, kenyamanan, rasa kesusilaan, kesehatan umum, dan kepentingan pembangunan daerah”.

Namun pada kenyataannya penyelenggara reklame masih belum menaati peraturan terkait penyelenggaraan reklame, yang mewajibkan penyelenggara reklame untuk memperoleh izin. Hal tersebut sebagaimana dikemukakan dalam berita media online yaitu Suara Merdeka.com edisi Hari Selasa 6 September 2016 yang menyatakan: “Sebanyak tujuh reklame yang terpasang di sepanjang jalur pantura Kendal-Weleri dibongkar paksa karena pemilik belum melakukan pembayaran pajak, guna membayar perpanjangan izin reklame. Sebelumnya Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Aset Daerah (DPPKAD) Kendal telah memberikan peringatan dengan memasang stiker tanda belum membayar pajak. Pembongkaran dilakukan petugas gabungan DPPKAD, Satpol Pamong Praja, Polres Kendal, Ciptaru, Dinas Perhubungan dan Bina Marga SDA dan ESDM. Kasi Pendataan dan Pendaftaran DPPKAD mengatakan, pihaknya menertibkan reklame yang bermasalah di Kabupaten Kendal.

Selain itu hasil pendataan menunjukkan ditemukannya 20 reklame baru yang belum berizin di sepanjang jalur utama pantura Kendal. Kepala Satpol Pamong Praja Kendal Toni Ari Wibowo mengatakan “Kegiatan penertiban reklame yang bermasalah tersebut dilaksanakan untuk menegakkan Perda Nomor 11 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten

Kendal”. Kegiatan penertiban dan monitoring reklame direncanakan akan berlangsung selama empat hari kedepan” diakses pada Hari Kamis tanggal 5 Januari 2017 pukul 10.00 WIB).

Berdasarkan kenyataan yang telah dikemukakan masih ada permasalahan terkait perizinan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kendal yaitu penyelenggaraan reklame yang belum memperoleh izin ataupun masa berlaku izin sudah habis. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat belum benar-benar mematuhi hukum perizinan terkait penyelenggaraan reklame. Penyelenggaraan reklame yang tidak berizin atau pun masa berlaku izin sudah habis melanggar Pasal 18 ayat (1) Peraturan Daerah Kabupaten Kendal Nomor 11 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame yang mewajibkan setiap penyelenggaraan reklame harus memperoleh izin dari SKPD yang membidangi perizinan. Selain itu Pasal 18 ayat (2) yang menyatakan pemberian izin dengan mempertimbangkan lingkungan juga tidak terlaksanakan bagi penyelenggara reklame yang tidak berizin.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis akan menyusun tulisan dengan judul: **Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Papan Reklame Antara Pengusaha Dengan Pemerintah Kabupaten Kendal.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, fokus permasalahan yang akan dikaji oleh penulis dalam skripsi ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame antara pengusaha dengan pemerintah Kabupaten Kendal?
2. Apa saja permasalahan dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame antara pengusaha dengan pemerintah Kabupaten Kendal dan solusinya ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame antara pengusaha dengan pemerintah Kabupaten Kendal.
2. Untuk mengetahui permasalahan dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame antara pengusaha dengan pemerintah Kabupaten Kendal dan solusinya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, sebagai berikut :

1. Secara Teoritis
 - a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengembangan ilmu hukum khususnya hukum perdata mengenai perjanjian reklame.
 - b. Di harapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi peniliti selanjutnya mengenai perjanjian pemasangan papan reklame.

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai penegakan hukum perizinan pemasangan reklame yang memperimbangan lingkungan berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kendal
- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan terkait permasalahan penegakan hukum perizinan pemasangan papan reklame yang mempertimbangkan lingkungan berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 di Kabupaten Kendal.
- c. Hasil penelitian bagi pemerintah dapat membuat kebijakan yang bersifat melindungi konsumen (pengusaha) yang selama ini berada di pihak yang lemah.

E. Terminologi Penelitian

Terkait judul dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Tinjauan Yuridis

Tinjauan merupakan usaha untuk menggambarkan pola-pola secara konsisten dalam data sehingga hasil analisis dapat dipelajari dan diterjemahkan sehingga dapat memiliki arti.⁶

2. Perjanjian

Perjanjian berasal dari kata *overeentkomst* atau *overeenkomen* yang artinya “setuju” atau “sepakat”. Istilah ini diatur dalam Pasal 1320

⁶Surayin, 2007, *Analisis Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Bandung: Yrama Widya), hlm. 10

KUH Perdata menyebutkan empat syarat suatu perjanjian, yaitu: sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, suatu sebab yang halal. Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa ini, timbullah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan dengan kata lain perjanjian menerbitkan suatu perikatan di antara dua orang yang membuatnya. Di dalam buku ke III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata diatur tentang perikatan. Buku ke III KUH Perdata.⁷

3. Pengusaha

Pengusaha adalah orang yang menjalankan sebuah bisnis seperti aktivitas jual-beli, termasuk produksi barang dan lain sebagainya. Yang mana tujuan pengusaha yaitu memperoleh keuntungan dari aktivitas usaha jual-beli dan menanggung risiko bisnis yang dijalankan seperti gagal produksi, penurunan penjualan, hingga terparah mengalami gulung tikar.⁸

Berdasarkan ketentuan yang ada dalam Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, Pengusaha merupakan:

- a. Orang perorangan, persekutuan, atau badan hukum yang menjalankan suatu perusahaan milik sendiri,

⁷ M. Hadjon, philipus, *Pengantar Hukum Perizinan*, (Yuridika, Surabaya: 1993). hlm. 2.

⁸ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2010, hlm. 24.

- b. Orang perseorang, persekutuan atau badan hukum yang secara berdiri sendiri menjalankan perusahaan bukan miliknya,
 - c. Orang perseorang, persekutuan, atau badan hukum yang berasa di Indonesia mewakili perusahaan sebagaimana yang dimaksud didalam huruf a dan b yang berkedudukan di Luar Indonesia.⁹
 - d. Pemberi Izin
4. Pemberi Izin merupakan legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu, baik dalam bentuk izin maupun tanda daftar usaha. Izin ialah salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam hukum administrasi, untuk mengemudikan tingkah laku para warga. Selain itu izin juga dapat diartikan sebagai dispensasi atau pelepasan atau pembebasan dari suatu larangan.¹⁰
5. Pemasangan
- Pemasangan adalah memasang, menyatukan, dan mengonstruksi sejumlah benda yang dianggap bisa merujuk pada suatu konteks kesadaran makna tertentu. Biasanya makna dalam bersifat kontemporer diangkat dalam konsep seni instalasi ini.¹¹

⁹Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan

¹⁰Adrian Sutedi, *Hukum Perizinan: Dalam Sektor Pelayanan Publik*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), hlm. 167.

¹¹Lorens Bagus, 2005, *Kamus Filsafat*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hlm. 183.

6. Papan Reklame

Reklame berasal dari bahasa Spanyol yang terdiri dari kata *Re* dan *Clamos* sedangkan dari bahasa latin reklame terdiri dari kata *Re* dan *Clame*, yang artinya *Re* yaitu berulang-ulang sedangkan *Clame* atau *Clamos* berarti seruan yang berulang-ulang.¹² Sedangkan didalam kamus umum Bahasa Indonesia reklame merupakan pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan maupun jasa, baik dengan pujian, atau gambar dan sebagainya, dengan tujuan agar produk dagangan maupun jasa yang ditampilkan dapat lebih laku dan dikenal oleh masyarakat umum. Papan Reklame yang juga sering disebut papan iklan atau baliho merupakan salah satu media luar ruang yang memiliki tujuan menyampaikan pesan mengenai suatu produk atau jasa bahkan individu-individu yang ingin mendongkrak popularitas.¹³

7. Kabupaten Kendal

Kabupaten Kendal merupakan sebuah Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Ibu kotanya adalah Kendal.

F. Metodologi Penelitian

Suatu penelitian diperlukan adanya data yang dapat menunjang terselesaikannya penelitian itu sendiri, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang memenuhi syarat validitas. Oleh karena itu diperlukan suatu metode penelitian tertentu. Dengan menggunakan metode penelitian

¹²Maribot P. Siahaan, 2005, Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, (Jakarta: PT. Raja Grafindo), hlm.54

¹³Dyah Widyaningrum, dkk, "Analisis Sebaran Papan Reklame dan Nilai pajak Papan Reklame", hlm. 101.

dimaksudkan sebagai jalan untuk memperoleh data dengan gambaran yang cukup jelas mengenai permasalahan yang dimaksud, sehingga pembahasan dapat berjalan dengan lancar.

Adapun peranan metodologi penelitian adalah :¹⁴

1. Menambah kemampuan para ilmuwan untuk mengadakan/melakukan penelitian secara lebih baik atau lebih lengkap.
2. Memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk meneliti hal-hal yang belum diketahui.
3. Memberikan pedoman untuk mengorganisasikan serta mengintegrasikan pengetahuan mengenai masyarakat.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa metodologi penelitian merupakan suatu unsur mutlak yang harus ada dalam kegiatan penelitian. Dalam suatu penelitian, maka metode penelitian meliputi:

1. Metode Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam membahas semua permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis.¹⁵ Pendekatan yuridis ini sendiri adalah pendekatan yang berdasarkan peraturan-peraturan perundangan dan kebijakan-kebijakan pemerintah yang mengatur masalah yang akan dibahas. Sedangkan pendekatan sosiologis adalah pendekatan yang berdasar pada perjanjian pemasangan papan reklame yang dilaksanakan di Kabupaten Kendal terkait dengan

¹⁴Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta : UI Press, 1996, hlm. 12.

¹⁵Ronny Hanitjo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999, hlm. 38.

kebijaksanaan pemerintah Kendal mengenai perjanjian pemasangan papan reklame.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian adalah penelitian ini dilakukan secara deskriptif,¹⁶ yaitu menuturkan dan menafsirkan data, misalkan : tentang situasi yang dialami, satu hubungan, kegiatan, pandangan, sikap yang tampak, atau pandangan tentang satu proses dalam perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal.

3. Jenis & Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis sumber data yaitu sebagai berikut adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan memerlukannya. Data primer didapat dari sumber informan yaitu individu atau peeseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.¹⁷

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi kepustakaan,yakni yang diperoleh dari buku-buku referensi, makalah-makalah, artikel jurnal hukum, laporan hasil penelitian, skripsi, dan

¹⁶Ali, Zainudin.2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika. hlm. 15

¹⁷Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*.(Bogor Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 21.

karya ilmiah lainnya, peraturan peraturan hukum yang terkait dengan permasalahan yang diteliti juga arsip dan dokumen baik cetak maupun yang diperoleh dari internet.

1) Bahan Hukum Primer, yaitu bahan yang mengikat, terdiri dari:

a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

b) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

c) Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pemerintahan Daerah.

d) Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame.

e) Peraturan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Kendal Nomor 16 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame

f) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

2) Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan yang memberi penjelasan bahan hukum primer yang terdiri dari buku-buku referensi, makalah, artikel jurnal hukum atau jurnal ilmiah, laporan hasil penelitian skripsi bahan-bahan pustaka online arsip dan dokumen.

a) Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan

sekunder, yang terdiri dari: Kamus Hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

4. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan melalui tahap atau prosedur sebagai berikut :

a) Metode Pengumpulan data primer

Data ini diperoleh melalui penelitian lapangan dengan menggunakan alat-alat pengumpul data sebagai berikut:

1) Pengamatan (*Observasi*)

Observasi merupakan pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan.¹⁸ Observasi dapat dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan pihak-pihak yang melaksanakan perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal.

2) Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi guna mendapatkan informasi dengan cara bertanya. Dalam proses ini, hasil wawancara dapat ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi diantaranya pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan, dan

18 Djam'an Satori dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 105

situasi wawancara.¹⁹ Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan dalam bentuk daftar pertanyaan tertulis kepada pihak yang melaksanakan perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal yaitu pihak pemerintah kota dan pihak advertising. Adapun bentuk wawancara adalah interview bebas terpimpin, sehingga data yang diperoleh dapat secara mendalam. Oleh karena itu dalam mengadakan wawancara ini masih dimungkinkan untuk mengajukan pertanyaan secara lisan terhadap masalah-masalah yang sekiranya belum dimengerti, meskipun sudah dipergunakan daftar pertanyaan.

b) Pengumpulan data sekunder

Data sekunder diperoleh dengan membaca, mempelajari, mengkaji, menganalisis literatur-literatur yang terkait dengan penelitian dan peraturan Peraturan perundang-undangan dan bahan-bahan kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan objek permasalahan yang diteliti.

5. Metode analisa data

Mengingat jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, maka analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif yaitu suatu metode analisis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan semua bahan yang diperoleh, dikumpulkan dan dianalisa berdasarkan peraturan perundangan-undangan dan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang

¹⁹ Masri, dkk, *Metode Penelitian Survei*. (Jakarta Barat: Pustaka LP3ES Indonesia, 2008), hlm. 192

akan dibahas. Selanjutnya mengambil kesimpulan dengan menggunakan metode deduktif yaitu proses penarikan kesimpulan yang dimulai dari hal-hal yang bersifat umum menuju hal-hal yang bersifat khusus. Data-data tersebut kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk Laporan Penelitian atau Laporan Skripsi.

G. Sistematika Penulisan

Secara garis besar sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, terminologi, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai tinjauan umum perjanjian, yang meliputi: pengertian perjanjian, syarat sahnya perjanjian, asas-asas perjanjian, berakhirnya perjanjian; *prestasi* dan *wanprestasi*, meliputi: prestasi, pengertian *wanprestasi*, jenis-jenis *wanprestasi*, dan akibat *wanprestasi*. Serta tinjauan umum mengenai papan reklame.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai implementasi ketentuan penyelenggara reklame di Kabupaten Kendal, hambatan dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame antara

pengusaha dengan Pemkab di Kabupaten Kendal dan cara solusinya.

BAB IV : PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka

Lampiran



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Istilah perjanjian asalnya dari kata *overeentkomst* atau *overeenkomen* yang artinya “setuju” atau “sepakat”. Oleh karena itu istilah terjemahannya pun harus mencerminkan azas kata sepakat tersebut. Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa ini, timbulah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan dengan kata lain perjanjian menerbitkan suatu perikatan di antara dua orang yang membuatnya.²⁰ Di dalam buku ke III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata diatur tentang perikatan. Buku ke III KUH Perdata tersebut terdiri dari XVIII bab yang meliputi:

- a. Bagian Umum : Bagian umum ini diatur mulai dari Bab I s/d IV. Di dalam bab-bab ini khusus diatur mengenai azas-azas yang berlakubagi hukum perikatan.
- b. Bagian Khusus : Bagian khusus ini diatur mulai bab V s/d XVIII. Di dalam bab-bab ini mengatur secara khusus mengenai perjanjian tertentu.

²⁰R. Subekti, *op. cit*, hlm. 2

Hubungan perjanjian dengan perikatan adalah perjanjian ini menerbitkan perikatan, perjanjian merupakan sumber perikatan, disamping undang-undang, moral dan kepantasan. Batasan tentang definisi perjanjian diatur dalam Pasal 1313 KUHPerdato berbunyi :

“Suatu persetujuan adalah suatu perbuatan yang mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”²¹

Para sarjana hukum perdata pada umumnya berpendapat bahwa definisi perjanjian yang terdapat di dalam ketentuan Pasal 1313 KUHPerdato adalah tidak lengkap, dan pula terlalu luas. Tidak lengkap karena yang dirumuskan itu hanya mengenai perjanjian sepihak saja, sedangkan dikatakan terlalu luas karena dapat mencakup perbuatan di dalam lapangan hukum keluarga seperti halnya janji kawin, namun istimewa sifatnya karena dikuasai oleh ketentuan-ketentuan sendiri berbeda dengan perjanjian yang diatur KUHPerdato Buku III kriterianya dapat dinilai dengan secara materiil, dengan kata lain dapat dinilai dengan uang. Juga mencakup perbuatan melawan hukum, sedangkan di dalam perbuatan melawan hukum ini tidak ada unsur persetujuan.

R.Setiawan menilai bahwa pengertian dalam Pasal 1313 KUH Perdata tersebut kurang lengkap dan juga terlalu luas. Tidak lengkap karena hanya menyebutkan persetujuan sepihak saja, dan sangat luas karena dengan dipergunakan perkataan “perbuatan” tercakup juga

²¹Andi Hamzah, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta : Rineka Cipta, 1998, hlm 115,

perbuatan perwakilan sukarela dan kuga perbuatan melawan hukum. Untuk itu beliau mengusulkan perbaikan mengenai definisi tersebut :²²

- a. Perbuatan harus diartikan sebagai perbuatan hukum yaitu perbuatan yang bertujuan untuk menimbulkan akibat hukum.
- b. Menambah perkataan “atau saling mengikatkan diri” dalam Pasal 1313 KUH Perdata.

Dengan adanya perumusan tersebut, maka perumusan menjadi persetujuan adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Dalam Pasal 1233 KUHPerdata (BW) dinyatakan bahwa tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena perjanjian maupun karena Undang-Undang. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Dengan demikian, hubungan antara perikatan dan perjanjian mempunyai ikatan yang erat.

Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dengan demikian dari peristiwa itu timbul suatu hubungan hukum antara dua orang yang dinamakan “perikatan”. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa perjanjian itu

²²R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bandung : Bina Cipta, 1998, hlm.3

merupakan sumber dari perikatan. Hal ini sesuai dengan yang telah diuraikan diatas bahwa hukum perjanjian merupakan bagian dari buku ke III KUHPerdara yang mengatur tentang perikatan. Oleh sebab itu arti perjanjiannya tidak terlepas dari arti perikatan karena dengan mengadakan perjanjian terjadilah suatu perikatan.²³

R.M. Suryodiningrat mengatakan bahwa pengertian perjanjian di dalam Pasal 1313 BW itu ditentang oleh beberapa pihak yaitu:²⁴

- a. Karena hukum tidak ada sangkut pautnya dengan setiap peikatan, dan demikian pula tidak aada sangkut pautnya dengan setiap sumber perikatan, sebab apabila penafsiran dilakukan secara luas, maka setiap janji adalah persetujuan.
- b. Definisi dalam pasal 1313 BW hanya memuat mengenai persetujuan sepihak (unilateral), artinya satu pihak sajalah yang berprestasi, sedangkan pihak yang lainnya tidak berprestasi, misalnya hibah. Jadi pasal tersebut tidak termasuk persetujuan timbal balik (bilateral) dimana kedua belah pihak berprestasi seperti persetujuan jual beli, sewa menyewa.
- c. Pasal 1313 BW hanya mengenai persetujuan yang menimbulkan perikatan yang disebut persetujuan “*obligator*” dan tidak berlaku bagi persetujuan jenis lainnya.

Kata perjanjian secara umum dapa mempunyai arti yang luas dan sempit. Dalam arti luas perjanjian berarti setiap perjanjian yang menimbulkan

²³R. Subekti, *op. Cit*, hlm. 8.

²⁴RM. Suryodiningrat, *Azas-Azas Hukum Perikatan*, Bandung: Tarsito, 1995, hlm.11.

akibat hukum sebagai yang dikehendaki (atau dianggap dikehendaki oleh para pihak, termasuk didalamnya perkawinan, perjanjian kawin dan lain-lain). Sedang dalam arti sempit perjanjian disini hanya ditujukan kepada hubungan-hubungan hukum dalam lapangan hukum kekayaan saja, seperti yang dimaksudkan oleh buku III KUHPerdara.

Dengan demikian perjanjian adalah salah satu sumber utama perikatan dan karenanya ada yang mengatakan bahwa perjanjian yang diatur dalam Pasal 1313 KUHPerdara adalah perjanjian yang menimbulkan perikatan atau perjanjian obligator. Hal itu berarti, bahwa perjanjian sebagai yang dimaksud oleh Pasal 1313 menimbulkan hak-hak dan kewajiban-kewajiban (saja). Inilah yang membedakannya dari perjanjian-perjanjian yang riil.

Dari berbagai pengertian perjanjian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa suatu perjanjian terdiri dari beberapa unsur, yaitu:

- a. kata sepakat dari dua pihak atau lebih
- b. kata sepakat yang tercapai harus bergantung kepada para pihak
- c. keinginan atau tujuan para pihak untuk timbulnya akibat hukum
- d. akibat hukum untuk kepentingan pihak yang satu dan atas beban yang lain atau timbal balik
- e. dibuat dengan mengindahkan ketentuan perundang-undangan.²⁵

Memahami unsur-unsur perjanjian sangat penting agar kita dapat

²⁵ Herlien Budiono, *Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapannya di Bidang Kenotariatan*, Bandung: Citra Aditya, 2010, hlm. 5.

mengetahui dengan pasti apakah yang kita hadapi termasuk perjanjian atau bukan. Berikut ini penjelasan dari tiap unsur perjanjian tersebut:

2. Syarat-Syarat Perjanjian

Menurut Pasal 1320 KUHPerdara, syarat sahnya suatu perjanjian adalah sebagai berikut:²⁶

a. Sepakat untuk mereka yang mengikatkan diri

Sepakat atau istilah lainnya adalah konsensualisme, suatu kata yang berasal dari bahasa latin “*consensus*” yang artinya sepakat. Kesepakatan adalah persetujuan secara bebas dari pihak-pihak yang mengadakan perjanjian. Kehendak satu pihak haruslah juga kehendak pihak yang lain. Kesepakatan harus diberikan dalam keadaan sadar, bebas dan bertanggung jawab. Dengan adanya konsensualisme atau suatu kesepakatan dalam hukum perjanjian maka dianggap perjanjian telah lahir seketika apabila tercapai kata sepakat antara para pihak atau dengan kata lain suatu perjanjian telah lahir pada detik tercapainya kata sepakat, sehingga pada detik itu pula perjanjian telah mempunyai kekuatan mengikat sebagai undang-undang bagi kedua pihak.

Tiga hal yang dapat menyebabkan tidak tercapainya kesepakatan secara bebas, yaitu paksaan, kekhilafan atau kekeliruan, dan penipuan.

1) Paksaan dapat berupa paksaan fisik maupun psikis. Paksaan psikis sudah terjadi apabila ada ancaman menakut-nakuti. Ancaman yang

²⁶R.Subekti, *Op. Cit*, hlm. 331.

dimaksud disini adalah ancaman yang melawan hukum. Apabila tidak melawan hukum, seperti ancaman gugatan atas kelalaian, maka tidak dapat dikatakan paksaan.

- 2) Kekhilafan terjadi apabila pihak yang membuat perjanjian (salah satu atau keduanya) keliru mengenai sifat, harga, dan jenis obyek yang diperjanjikan. Kekeliruan di sini haruslah yang tidak diduga dan disadari serta adanya kecenderungan siapapun yang memberi persetujuan akan berada dalam kekeliruan. Atas hal ini dapat dimintakan pembatalan atas perjanjian yang telah dibuat.
- 3) Penipuan terjadi apabila salah satu pihak memberikan informasi yang tidak benar mengenai subyek maupun obyek yang diperjanjikan dengan tujuan untuk mempengaruhi pihak lainnya untuk memberikan persetujuan.

Dengan diberlakukannya kata sepakat mengadakan perjanjian, maka berarti bahwa kedua pihak haruslah mempunyai kebebasan kehendak. Pada dasarnya kesepakatan terjadi karena adanya persesuaian kehendak artinya apa yang dikehendaki pihak yang satu juga dikehendaki oleh pihak yang lain. Kesempatan yang diberikan karena tekanan atau paksaan, penipuan, keadaan khilaf bukanlah kesepakatan yang sah, karena persesuaian kehendak tidak tercapai yang berarti pula cacat kehendak. Jadi dengan demikian dalam suatu perjanjian, para pihak haruslah dinyatakan dan kemauan itu mengakibatkan kepercayaan bahwa perjanjian itu untuk dipenuhi.

b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Kemampuan adalah memiliki pengetahuan dan kehendak terhadap hal yang di perjanjikan serta dianggap mampu mempertanggung jawabkan apa yang diperjanjikannya. Pada dasarnya setiap orang yang sudah dewasa dan berakal sehat mampu mengetahui dan menghendaki apa yang diperjanjikan. Pihak-pihak yang dianggap tidak mempunyai kemampuan dalam perjanjian menurut Pasal 1330 KUH Perdata adalah:²⁷

- 1) Anak yang belum dewasa
- 2) Orang-orang yang dibawah pengampuan, yaitu orang yang tidak sehat akalnya, pemboros, orang yang lemah ingatannya.
- 3) Orang-orang perempuan, dalam hal ini ditetapkan undang-undang dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat persetujuan-persetujuan tertentu.

Dalam kaitannya dengan butir 3 diatas, menurut Pasal 108 KUHPerdata, seseorang perempuan bersuami tidak cakap bertindak dalam hukum. Ketentuan Pasal 108 KUHPerdata ini dengan Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 1963 tertanggal 4 Agustus 1963 dinyatakan tidak berlaku.

c. Adanya obyek atau hal tertentu yang diperjanjikan

Obyek perjanjian harus jelas, apabila berupa barang maka harus jenis-jenis, jumlah, dan harganya. Paling tidak dari keterangan mengenai obyek, harus dapat ditetapkan apa yang menjadi hak dan kewajiban

²⁷R. Subekti, *Op. Cit*, hlm.332.

masing-masing pihak. Suatu perjanjian yang tidak menyebutkan obyeknya otomatis batal menurut hukum. Selain itu perlu diperhatikan pula bahwa barang itu haruslah yang merupakan obyek perdagangan. Tidak diperkenankan barang-barang milik negara.

Syarat ini perlu untuk menetapkan hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul suatu perselisihan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Sekurang-kurangnya dapat ditentukan bahwa obyek tertentu itu dapat berupa benda sekarang ada dan nanti akan ada.

- 1) Barang itu adalah barang yang dapat diperdagangkan
- 2) Barang-barang yang dipergunakan untuk kepentingan umum
- 3) Dapat ditentukan jenisnya
- 4) Barang yang akan datang
- 5) Obyek perjanjian

Hal tersebut diatas sesuai dengan Pasal 1332 sampai dengan pasal 1334 KUHPerdara. Dengan tidak mengurangi ketentuan-ketentuan Pasal 169 KUHPerdara dalam Pasal 178 KUHPerdara yang dilarang oleh undang-undang untuk dijadikan pokok perjanjian adalah benda-benda yang berada di luar perdagangan dan warisan yang belum terbuka.

d. Tidak dilarang oleh Undang-Undang

Maksudnya isi perjanjian tidak boleh bertentangan dengan per Undang-Undang yang bersifat memaksa, ketertiban umum dan kesusilaan. Untuk dua syarat pertama dinamakan syarat subyektif, karena

mengenai orang-orang atau subyek hukum yang mengadakan perjanjian. Sedangkan dua syarat yang terahir yaitu suatu hal tertentu dan sebab yang halal dinamakan syarat obyektif, hal ini mengenal perjanjian sendiri oleh obyek dan perbuatan hukum yang mengadakan perjanjian.

Wiryo Prodjodikoro memberikan sebab atau causa yang halal adalah sebagai isi dan tujuan dari suatu perjanjian sehingga menyebabkan adanya perjanjian itu. Dengan demikian perjanjian tanpa suatu sebab atau causa adalah tidak mungkin.²⁸

Lebih lanjut Yurisprudensi Mahkamah Agung Nomor 80/K/Sip/1975, tanggal 18 juli 1979 bahwa perjanjian yang dibuat karena causa yang tidak diperkenankan (*ongeoorloofdde oorzaak*) adalah tidak sah.

Causa yang tidak sah adalah meliputi: tanpa causa, causapalsu dan causa yang tidak halal. Yang dimaksud tanpa causa adalah jika tujuan yang dimaksud oleh para pihak pada waktu perjanjian itu dibuat tidak mungkin akan dapat dicapai. Misalnya para pihak mengadakan inovasi atas sesuatu perikatan yang tidak ada. Causa palsu adalah suatu causa yang diadakan oleh para pihak untuk menyelubungi causa sebenarnya.²⁹

Empat syarat yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdata merupakan syarat esensial dari suatu perjanjian, artinya syarat-syarat tersebut harus ada dalam suatu perjanjian, tanpa syarat ini perjanjian

²⁸Wirjono prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Bandung: Sumur batu, 1993, hlm. 12

²⁹Mulyadi, Kartini dan Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Perikatan: Hukum Perikatan Pada Umumnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003, hlm. 15

dianggap tidak pernah ada. Dua syarat pertama disebut syarat subyektif karena mengenai orang (para pihak dalam perjanjian), sedangkan dua syarat terakhir disebut syarat-syarat obyektif karena mengenai obyek dari suatu perjanjian.

Apabila salah satu dari syarat subyektif tidak dipenuhi maka perjanjian itu “dapat dibatalkan”, artinya satu pihak yang mengadakan perjanjian itu dapat meminta kepada hakim supaya perjanjian itu dibatalkan. Sedangkan apabila syarat-syarat obyektif tidak dipenuhi maka perjanjian itu “batal demi hukum” artinya bahwa perjanjian itu dianggap sebagai tidak pernah ada.

Keabsahan suatu kesepakatan para pihak yang mengikatkan dirinya, maka kesepakatan ini harus memenuhi kriteria Pasal 1321 KUHPerdara: “Tiada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan”.

Berdasarkan Pasal 1321 KUH Perdata di atas, dapat disimpulkan bahwa kesepakatan yang diberikan merupakan kata sepakat atau kemauan dari kehendak yang sesuai (sah). Menurut azas konsensualitas, suatu perjanjian lahir pada detik tercapainya kesepakatan atau persetujuan antar kedua belah pihak mengenai hal-hal yang pokok dari apa yang menjadi obyek perjanjian.

Sepakat adalah suatu persesuaian paham dan kehendak antar kedua belah pihak. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, adalah yang dikehendaki oleh pihak yang lain, secara timbal balik. Kedua kehendak itu

bertemu satu sama lain. Azas konsesualitas terkandung dalam Pasal 1320 KUHPerdata, bagian 1, yaitu sepakat mereka mengikat dirinya. Sehingga dapat disimpulkan dari pasal tersebut bahwa dalam perjanjian yang dibuat oleh mereka sudah sah dalam arti mengikat hal-hal pokok yang mendasari perjanjian. Apabila tidak terjadi kesepakatan kedua belah pihak maka perjanjian tersebut dapat meminta pembatalan.

3. Asas-Asas Perjanjian

Di dalam pembuatan suatu perjanjian, perlu diperhatikan asas-asas perjanjian sebagai berikut.³⁰

a. Asas Kebebasan Berkontrak (sistem terbuka)

Hukum perjanjian menganut sistem terbuka, artinya hukum perjanjian memberikan kebebasan kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja sepanjang tidak melanggar ketertiban umum dan kesusilaan. Sistem terbuka juga mengandung suatu pengertian bahwa perjanjian-perjanjian khusus yang diatur dalam Undang-Undang hanyalah perjanjian-perjanjian yang telah dikenal umum di dalam masyarakat pada waktu KUHPerdata dibentuk. Contoh, Undang-Undang hanya mengatur perjanjian jual beli dari sewa menyewa, namun dalam praktik, ada perjanjian bentuk campuran yang timbul karena pembeli tidak mampu membayar harga barang sekaligus, yang dinamakan sewa beli.

³⁰RM.Suryodiningrat, *op. Cit*, hlm.16

b. Asas Konsensualitas (kesepakatan)

Asas ini menyatakan bahwa perjanjian sudah terjadi dan bersifat mengikat sejak tercapai kesepakatan (konsensus) antara kedua belah pihak mengenai obyek perjanjian. Di sini telah dapat ditetapkan apa yang menjadi hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Sebagai contoh adalah transaksi jual beli. Perjanjian telah timbul sejak penjual melakukan penawaran atas suatu barang dan penawaran itu kemudian disetujui oleh pembeli.

c. Asas Pacta Sunt Servanda

Perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Asas ini tercantum dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata. Asas ini disebut juga sebagai asas kekuatan mengikat dari perjanjian dan berhubungan dengan akibat perjanjian. Menurut asas ini bahwa pihak-pihak harus memenuhi apa yang telah diperjanjikan.

d. Asas Itikad Baik (kepribadian)

Dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata asas itikad baik ini diatur. Asas itikad baik ini sangat mendasar dan penting untuk diperhatikan terutama di dalam membuat perjanjian, maksud itikad baik disini adalah bertindak sebagai pribadi yang baik. Itikad baik dalam pengertian yang sangat subyektif dapat diartikan sebagai kejujuran seseorang, yaitu apa yang terletak pada seseorang pada waktu diadakan perbuatan hukum. Sedangkan itikad baik dalam

pengertian obyektif yaitu bahwa pelaksanaan suatu perjanjian itu harus didasarkan pada norma kepatutan atau apa-apa yang dirasa sesuai dengan yang patut dalam masyarakat.

Menurut Munir Fuady, rumusan dari Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata tersebut mengidentifikasikan bahwa sebenarnya itikad baik bukan merupakan syarat sahnya suatu kontrak sebagaimana syarat yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Unsur itikad baik hanya diisyaratkan dalam hal pelaksanaan dari suatu kontrak, bukan pada pembuatan suatu kontrak. Sebab unsur “itikad baik” dalam hal pembuatan suatu kontrak sudah dapat dicakup dari Pasal 1320 KUHPerdata tersebut.³¹

e. Asas Pelengkap

Pasal-Pasal dalam Hukum Perjanjian dikatakan sebagai hukum pelengkap, karena pasal-pasal ini melengkapi perjanjian-perjanjian yang dibuat secara tidak lengkap. Biasanya orang yang mengadakan suatu perjanjian tidak mengatur secara terperinci semua persoalan yang berkaitan dengan perjanjian itu. Sebagai contohnya, ddalam perjanjian jual beli cukup apabila barang dan harganya telah disetujui. Mengenai dimana barang diserahkan, siapa yang harus memiliki biaya pengantaran barang dan lain-lain, kadang tidak diperhitungkan dalam perjanjian.

³¹Munir Fuady, *Hukum Bisnid dalam Teori dan Praktek*, Bandung: Citra Aditya Bhakti, 1999, hlm. 21

4. Berakhirnya Perjanjian

Hapusnya perjanjian atau berakhirnya perjanjian harus dibedakan dengan hapusnya perikatan. Hal ini karena perikatan berakhir sedangkan perjanjian sebagai sumber perikatan masih tetap ada. Jadi berakhirnya perikatan merupakan akibat dari berakhirnya perjanjian. Menurut R. Setiawan, perjanjian dapat berakhir karena:³²

- a. Ditentukan dalam perjanjian yang dibuat oleh para pihak
- b. Undang-Undang menentukan batas berlakunya suatu perjanjian
- c. Para pihak atau Undang-Undang dapat menentukan bahwa dengan terjadinya peristiwa tertentu maka perjanjian akan hapus.
- d. Pernyataan menghentikan (*opzeging*), dapat dilakukan oleh kedua belah pihak. *Opzeging* hanya ada pada perjanjian-perjanjian yang bersifat sementara.
- e. Perjanjian hapus karena putusan hakim.
- f. Tujuan perjanjian telah tercapai.
- g. Dengan persetujuan para pihak.

B. Prestasi dan Wanprestasi

1. Pengertian Prestasi

Pengertian Prestasi dalam Hukum Perdata adalah segala hal yang harus dilaksanakan dalam suatu perikatan. Pemenuhan prestasi merupakan hakekat dari suatu perikatan. Ketentuan Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), menyebutkan bahwa: *Tiap-tiap perikatan*

³²R. Setiawan, *Op. Cit*, hlm. 33

adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu.

Dilihat dari macam hal yang dijanjikan untuk dilaksanakan dibagi dalam tiga macam sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1234 KUH Perdata yaitu:

a. Prestasi untuk memberikan sesuatu

Prestasi untuk memberikan sesuatu adalah menyerahkan hak milik atau memberikan kenikmatan atas suatu benda. (misalnya: Rental mobil, mobil diserahkan kepada penyewa untuk digunakan/dinikmati).

b. Prestasi untuk berbuat sesuatu

Prestasi untuk berbuat sesuatu adalah setiap prestasi yang bersifat positif yang tidak berupa memberi (misalnya: melukis, perjanjian kerja).

“persetujuan-persetujuan tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan di dalamnya tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat persetujuan, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang”.
جامعنا سلطان أبو جوح الإسلامية

c. Prestasi untuk tidak berbuat sesuatu

Sedangkan perjanjian untuk tidak berbuat sesuatu yaitu tidak melakukan sesuatu perbuatan (misalnya perjanjian untuk tidak mendirikan perusahaan yang sejenis dengan kepunyaan orang lain).

2. Pengertian Wanprestasi

Wanprestasi merupakan tidak terpenuhinya atau lalai dalam melaksanakan kewajiban sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dengan debitur.³³ Wanprestasi dapat disebut juga tidak terpenuhinya janji yang dapat terjadi baik karena disngaja maupun tidak.³⁴

1. Jenis-Jenis Wanprestasi

macam-macam *wanprestasi* yaitu:³⁵

- a. Debitur tidak memenuhi prestasi.
- b. Debitur terlambat memenuhi prestasi.
- c. Debitur memenuhi prestasi secara tidak baik.

Jika prestasi tidak lagi mungkin dipenuhi atau tidak dapat diharapkan, maka hal ini termasuk ke dalam tidak memenuhi prestasi. Jika prestasinya masih mungkin dipeenuhi, maka digolongkan ke dalam terlambat melaksanakan prestasi. Debitur yang melaksanakan prestasinya secara tidak baik dianggap tidak memenuhi prestasi secara baik, jika prestasinya masih dapat diperbaiki dan jika tidak, maka tergolong dalam tidak memenuhi prestasi.

³³Salim Hs, Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW), Jakarta: 2008, hlm 180

³⁴Ahmad Miru, Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak, Jakarta: Rajawali Pers, 2007, hlm 74

³⁵Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Bandung: Alumni, 1992, hlm. 14

2. Akibat terjadinya *wanprestasi*

Sebagai akibat terjadinya *wanprestasi* maka debitur harus:³⁶

- a. Mengganti kerugian
- b. Benda yang dijadikan obyek dari perikatan sejak saat tidak dipenuhinyakewajiban menjadi tanggung jawab dari debitur.
- c. Jika perikatan itu timbul dari perjanjian yang timbal balik, kreditur dapat meminta pembatalan (pemutusan) perjanjian.

Disamping debitur harus bertanggung gugat tentang hal-hal tersebut di atas, maka kreditur dapat menuntut salah satu dari lima kemungkinan sebagai berikut:

- a. Dapat menuntut pembatalan / pemutusan perjanjian.
- b. Dapat menuntut pemenuhan perjanjian.
- c. Dapat menuntut pengganti kerugian.
- d. Dapat menuntut pembatalan dan pengganti kerugian.
- e. Dapat menuntut pemunahan dan pengganti kerugian.

Pada kenyataannya, sukar untuk menentukan saat debitur dikatakan tidak memenuhi perikatan karena seringkali ketika mengadakan perjanjian, pihak-pihak tidak menentukan waktu untuk melaksanakan perjanjian tersebut. Bahkan didalam perikatan dimana waktu untuk melaksanakan prestasi itupun ditentukan, *wanprestasi* tidak terjadi dengan sendirinya. Secara mudah untuk menentukan saat debitur tidak memenuhi perikatan ialah pada perikatan untuk tidak berbuat sesuatu.

³⁶*Ibid*, hlm. 15

C. Tinjauan Umum tentang Papan Reklame

1. Pengertian Reklame

Istilah “reklame” dan “advertising” mengandung pengertian yang sama, karena reklame merupakan bagian dari advertising. Sedangkan advertising dalam bahasa Indonesia berarti periklanan menurut Basu Swasta adalah komunikasi non-individu, dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba serta individu-individu. Istilah periklanan berbeda dengan iklan. Iklan adalah beritanya itu sendiri, sedangkan periklanan adalah prosesnya, yaitu suatu program kegiatan untuk mempersepsikan berita tersebut dan menyebar luaskan kepada pasar.³⁷

Pemasangan reklame pada masing-masing daerah mengacu pada peraturan yang ditetapkan oleh daerah tersebut. Seperti halnya pemasangan papan reklame di Kota Kabupaten Daerah Tingkat II Kendal, peraturan tentang pajak reklame dituangkan dalam Peraturan Daerah Nomor 16 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame. Hal tersebut dilakukan dalam rangka menertibkan penyelenggaraan reklame agar lebih berdaya guna dan berhasil guna.

Peraturan Daerah kabupaten Daerah Tingkat II Kendal Nomor 16 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame menyatakan:

“Reklame adalah benda, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial dan dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan

³⁷Basu Swasta, *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta: Liberty, 1998, hlm. 51

suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang atau orang, yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan/ atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah”.³⁸

Penyelenggaraan reklame sendiri dapat dilakukan oleh perorangan atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan tasa namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya pada lokasi tertentu, yaitu suatu sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa buah reklame. Pemasangan reklame harus memperhatikan kaawasan/zone wilayah dimana reklame itu didirikan,

yaitu batas-batas wilayah tertentu sesuai dengan pemanfaatan wilayah tersebut yang dapat digunakan untuk pemasangan reklame.

Sebuah reklame yang dipasang, tentunya memiliki nilai jual obyeknya yaitu keseluruhan pembayaran / pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh pemilik atau penyelenggara reklame termasuk dalam hal ini adalah biaya / harga beli bahan reklame, kontruksi, instalasi listrik, pembayaran atau ongkos perakitan, pemancaran, peragaan, penayangan, pengecatan, pemasangan dan transportasi pengangkutan dan lain sebagainya sampai dengan bangunan reklame rampung, dipancarkan, ditayangkan, diperagakan, dan atau terpasang ditempat yang telah diijinkan. Untuk pemasangan sebuah papan reklame, terlebih dahulu harus didapatkan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat

³⁸Perda Kab. Kendal No. 16 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame.

SPPD yaitu surat yang digunakan oleh Wajib Pajak untuk melaporkan perhitungan dan pembayaran pajak terutang menurut peraturan perundang-undangan perpajakan daerah.

a. Pemasangan Iklan Melalui Papan Reklame

Unsur-unsur terjadinya pemasangan iklan melalui papan reklame adalah sebagai berikut:³⁹

- 1) Produsen adalah perusahaan atau pengusaha yang memproduksi barang dan jasa.
- 2) Konsumen adalah pembeli barang dan jasa.
- 3) Barang dan jasa adalah sesuatu yang diproduksi dan dianjurkan pada konsumen untuk dapat membelinya
- 4) Pesan adalah anjuran tentang barang dan jasa dan dianjurkan kepada konsumen

Setiap pemasangan periklanan melalui papan reklame harus mendapatkan izin dari kepala daerah setempat dimana papan reklame tersebut didirikan. Peraturan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Kendal Nomor 16 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame dalam Bab II Pasal 2 menyatakan bahwa:

- 1) Setiap penyelenggaraan reklame yang dilaksanakan oleh orang pribadi atau badan, wajib mendapatkan izin dari Bupati Kepala Daerah

³⁹Basu Swasta, op cit, hlm. 56.

- 2) Untuk mendapatkan izin sebagaimana dimaksud ayat (1) Pasal ini, orang pribadi atau Badan wajib menunjukkan permohonan secara tertulis kepada Bupati Kepala Daerah.⁴⁰

b. Tujuan Pemasangan Papan Reklame

Tujuan pemasangan papan reklame secara umum atau secara langsung adalah mengadakan atau memperluas pasaran dari barang dan jasa. Tujuan langsung dari pemasangan papan reklame adalah.⁴¹

- 1) Menarik perhatian untuk barang dan jasa yang dijual.
- 2) Mempertahankan perhatian yang telah ada.
- 3) Memakai atau menggunakan perhatian yang telah ada untuk menggerakkan calon konsumen untuk bertindak.

Ketiga tujuan di atas merupakan suatu tujuan yang sifatnya psikologis yang hendak dicapai suatu kegiatan periklanan melalui papan reklame dalam diri konsumen, untuk keperluan pendekatan / approach kepada konsumen atau public dengan cara memberikan informasi yang jelas lewat papan reklame tentang apa bagaimana produk suatu perusahaan atau apa yang diidekan supaya membangkitkan rasa ingin tahu, rasa ingin memiliki terus dan rasa ketergantungan. Oleh karena itu bagi pemasanga papan reklame baik itu pengusaha atau perusahaan ataupun usaha lainnya, papan reklame dapat dipergunakan untuk komunikasi yang efektif dibandingkan dengan cara komunkasi lainnya, sebab bagi pengusaha atau perusahaan papan reklame dapat dipergunakan untuk mencapai lebih

⁴⁰Perda Kab Kendal No.16 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame.

⁴¹Basu Swasta, *op. Cit*, hlm. 61.

banyak konsumen dengan biaya rendah dan dalam waktu yang relatif singkat.

Selain itu tujuan pemasangan papan reklame adalah sebagai penghubung antar konsumen atau masyarakat pembeli dengan produsen atau pemilik barang agar dapat menguntungkan kedua belah pihak, selain sebagai sarana perdagangan dan penerangan iklan juga dapat memperkenalkan hasil produksi baru dengan cara menciptakan kehebatan dan kelebihan dari mutu barang yang diproduksi tersebut. Selain itu tujuan dipasangkan iklan adalah juga untuk memberikan suatu pernyataan mengenai pokok-pokok masalah tentang sifat barang dan jasa itu, maksudnya memberi keterangan tentang bagaimana cara memakai barang itu, serta keunggulan dari barang tersebut sehingga dapat dimanfaatkan oleh konsumen.

Mengingat usaha periklanan melalui papan reklame adalah menyangkut kepentingan baik pemilik barang ataupun pembeli barang atau jasa tersebut, maka didalam pemasangan papan reklame haruslah menitikberatkan kepada usaha-usaha:

- 1) Membantu usaha daripada produsen dalam memasarkan barang hasil produksinya secara luas.
- 2) Membantu masyarakat konsumen dalam menentukan pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhannya.
- 3) Menerapkan kode etik periklanan dalam segala bentuk perjanjian.

Berdasarkan gambaran diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan pemasangan papan reklame disamping untuk memberikan keuntungan secara ekonomis bagi produsen juga harus memberikan informasi yang jelas serta perlindungan bagi masyarakat konsumen sebagai pengguna barang atau jasa tersebut.

c. Aturan Hukum dan Etika periklanan melalui Papan Reklame

Berbicara mengenai aturan hukum dalam dunia periklanan saat ini masih mengacu dan terdapat dalam beberapa undang-undang dan peraturan pemerintah serta kode etik periklanan, disebabkan karena belum adanya aturan yang mengatur tentang periklanan secara baku didalam undang-undang sendiri. Beberapa peraturan hukum yang dijadikan landasan sebagai aturan periklanan adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Undang-Undang Kesehatan Nomor 23 Tahun 1992, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers serta beberapa Peraturan Pemerintah dan Surat Keputusan Menteri, semisal PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang label iklan dan iklan pangan, Surat Keputusan Bersama (SKB) antara Menteri Penerangan dan Materi Kesehatan Nomor 252/Menkes/SKB/VII/1980, Nomor 122/Kep/Menpen/1980 tentang pengadilan dan pengawasan terhadap iklan obat, makanan, kosmetika dan alat kesehatan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan dan mengatur tentang pelaku usaha dagang serta pelaku usaha periklanan sebagai salah satu unsur periklanan, dimana terdapat batasan-batasan bagi pelaku usaha

dagang maupun usaha periklanan dalam menawarkan barang atau jasa melalui iklan (salah satunya papan reklame) sebagaimana disebutkan di dalam Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perilaku Konsumen tersebut yaitu:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai”

- 1) Harga atau tarif suatu barang dan atau jasa.
- 2) Kegunaan suatu barang dan atau jasa.
- 3) Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan jasa.
- 4) Bahaya penggunaan barang dan atau jasa.

Di samping itu di dalam Pasal 17 ayat (1) juga menyebutkan pada intinya bahwa pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat, mengenai barang dan jasa dan resiko pemakaiannya serta mengelabui konsumen atas kualitas, kuantitas dan jaminan barang dan jasa tersebut. Lebih lanjut lagi didalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers juga diatur masalah periklanan secara umum sebagaimana disebutkan dalam Pasal 3 ayat (2) yaitu disamping fungsi-fungsi tersebut ayat (1), pers nasional juga dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Disamping berpedoman pada undang-undang, dalam dunia periklanan mengenai penyajian sebuah iklan harus memenuhi unsur-unsur kode etik periklanan dan etika periklanan yang berlaku, meski aspek

emosional merupakan salah satu sisi yang dimanfaatkan, namun bukan bertujuan pembodohan kepada masyarakat seperti yang diungkapkan oleh Sofyan Assauri bahwa iklan yang baik adalah iklan:⁴²

- 1) Tidak membohongi masyarakat.
- 2) Menggerakkan emosi yang positif.
- 3) Meningkatkan keinginan masyarakat untuk mencoba produk.
- 4) Tidak melanggar kode etik periklanan dan undang-undang perlindungan konsumen.

Secara umum, setiap iklan juga harus memenuhi cerita:

- 1) Benar, pesan yang disampaikan tidak ada unsur berbohong.
- 2) Bertanggung jawab, pengusaha iklan harus selalu siap menghadapi tuntutan jika yang diiklankan ternyata menimbulkan kerugian bagi penggunanya.
- 3) Sesuai selera yang dan kesusilaan, artinya iklan harus akrab dengan etika dan asusila yang berkembang di tengah masyarakat.
- 4) Iklan umooan, yakni iklan harus sesuai antara yang diiklankan dengan harga yang tertera.
- 5) Garansi dan jaminan, bahwa kualitas produk harus dapat dibuktikan dan memang teruji.
- 6) Harga murah, yaitu iklan tidak boleh sembarangan menyatakan discount tanpa ada pertanggungjawaban atas data yang dimaksud yang bisa disebut sebagai tindak penipuan.

⁴²Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Konsep, teori dan Strategi*, jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999, hlm. 112.

- 7) Mutu palsu, maksudnya adalah iklan tidak boleh menjanjikan kualitas namun sebenarnya mutunya tidak sepadan dengan yang diinformasikan.
- 8) Testimonial, yaitu kesaksian bahwa jika menggunakan saksi maka saksi tersebut harus benar-benar berkompeten dan membuat pernyataan yang jujur adanya.

Di samping itu dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia yang dijadikan pedoman bagi komponen periklanan nasional sebagai kode etik periklanan yang terdapat didalam asas-asas umum juga menyatakan bahwa:

- 1) Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.
- 2) Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan merendahkan martabat negara, agama, asusila, adat, budaya, suku, golongan.
- 3) Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.

D. Pemasangan Periklanan Melalui Papan Reklame Ditinjau Dari Hukum Islam

Dalam hukum Islam pemasangan iklan dapat dimasukkan dalam asas kebebasan (al-Hurriyah), asa kejujuran (ash-Shidq) dan asas tertulis (al-Kitabah).⁴³

Asas kebebasan menurut hukum Islam bahwa pemasangan iklan merupakan suatu bentuk kebebasan kepada pihak untuk mengajak, memberi contoh atau menggambarkan sesuatu hal pada pihak lain. Asas kebebasan

⁴³Gemala Dewi, *Hukum Periklanan Islam Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 32.

dalam bidang muamalat dapat terlihat dalam hadits Rasulullah, yang menyatakan: “Kamu sekalian adalah lebih mengetahui dengan urusan keduniaanmu.”

Dalam asas kejujuran menurut hukum Islam bahwa kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh manusia dalam segala bidang kehidupan, termasuk dalam bidang muamalat. Hal ini disebutkan dalam QS Al Ahzab: 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar,”

Asas tertulis tercantum dalam QS Al Baqarah: 282, yang menganjurkan pada manusia hendaknya suatu perikatan dilakukan secara tertulis.

QS Al Baqarah: 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۚ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ

عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا^ط وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ^ج وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ
وَلَا شَهِيدٌ^ج وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ^ط وَاتَّقُوا اللَّهَ^ط وَيَعْلَمَ اللَّهُ^ط
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa, maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah

penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan Papan Reklame Antara Pengusaha dengan Pemerintah Kabupaten Kendal

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, proses pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal merupakan calon pengiklan yang akan memasang papan reklame dapat datang ke kantor Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II Kendal sub bagian Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Kendal Jalan Soekarno Hatta 71 Kendal 51318 Telp. (0294) 381301-381301. Hal ini dapat dilakukan oleh perusahaan yang ingin memasang papan reklame atas produk yang dihasilkan sendiri maupun biro-biro iklan perusahaan yang hendak memperkenalkannya produknya.⁴⁴

Bagi perusahaan pemasang papan reklame maupun biro periklanan yang telah bertemu dengan staf bagian Dinas Pendapatan Daerah Kabupaten Kendal maka akan dilakukan kesepakatan mengenai pemasangan papan reklame tersebut yaitu tentang jenis papan reklamennya, apakah terbuat dari papan/ billboard/ megatron, terbuat dari kain, berbentuk stiker yang ditempelkan atau brosur yang nantinya akan disebar. Selain itu juga dilakukan kesepakatan mengenai cara pembayaran pajak dan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak. Adapun kesepakatan mengenai cara pembayaran pajak dan syarat-

⁴⁴Wawancara Ayu Risma Mashuda SE, selaku staf bagian Administrasi Pendapatan Pemerintah Kabupaten Kendal

syarat yang harus dipenuhi mengacu pada Bab IV Pasal 7 mengenai dasar pengenaan tarif dan tata cara perhitungan pajak.

Dasar pengenaan pajak adalah nilai sewa reklame. Bagi pemasang papan reklame yang diselenggarakan oleh orang pribadi atau badan yang memanfaatkan reklame untuk kepentingan sendiri, maka nilai sewa reklame dihitung berdasarkan.⁴⁵

1. Pemasangan

Pemasangan dalam hal ini menyangkut dimana letak pemasangan iklan, arah mana iklan tersebut menghadap, seberapa besar ukuran yang telah di tentukan dan apakah pemasangan iklan telah dilakukan dengan benar untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti pemasangan iklan kendur sehingga terjatuh ketika ada angin kencang.

2. Lama pemasangan

Lama pemasangan dalam hal ini menyangkut batas waktu lamanya iklan tersebut boleh dipasang. Setiap iklan dipasang berdasarkan jadwal yang telah ditentukan dan apabila masa pemasangan telah lewat, namun papan reklame belum dicabut (dilepas) maka pemasang papan reklame tersebut dapat dikenakan sanksi administratif.

3. Nilai strategis

Nilai strategis yang dimaksud dalam hal ini menyangkut besarnya tarif sewa yang dibebankan kepada pemasang papan reklame. Semakin strategis lokasi pemasangan papan reklame tarif sewanya akan

⁴⁵Wawancara Ayu Risma Mashuda SE, selaku staf bagian Administrasi Pendapatan Pemerintah Kabupaten Kendal

semakin mahal. Contoh papan reklame yang dipasang di alun-alun kota Kendal akan lebih mahal tarif sewanya dibandingkan pemasangan papan reklame di pasar tradisional.

4. Lokasi

Lokasi yang dimaksud adalah penempatan papan reklame yang akan dipasang. Satu macam jenis iklan dapat dipasang dalam beberapa lokasi, sesuai dengan izin yang telah didapatkan oleh pemasang iklan.

5. Jenis reklame

Jenis reklame dalam hal ini bermacam-macam, meliputi: reklame billboard, reklame kain, reklame selebaram, reklame berjalan, reklame kendaraan, reklame udara, reklame slide / film, reklame suara dan reklame peragaan.

Bagi pemasang papan reklame yang diselenggarakan oleh pihak ketiga, maka nilai sewa reklame ditentukan berdasarkan jumlah pembayaran untuk suatu masa pajak / masa penyelenggaraan reklame dengan memperhatikan.⁴⁶

- a. Biaya pemasangan
- b. Pemeliharaan
- c. Lamanya pemasangan
- d. Nilai strategis
- e. Lokasi
- f. Jenis reklame

⁴⁶Wawancara Ayu Risma Mashuda SE, selaku staf bagian Administrasi Pendapatan Pemerintah Kabupaten Kendal

Setiap pemilihan tempat pemasangan papan reklame memiliki nilai strategisnya. Adapun nilai strategis pemasangan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ditetapkan oleh faktor-faktor:

- a. Lokasi
- b. Luas reklame
- c. Sudut pandang reklame
- d. Kelas jalan

Nilai strategis dalam pemasangan reklame ditetapkan secara periodik oleh Bupati Kepala Daerah.

Selain itu juga mempertimbangkan nilai jual yang ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

- a. Biaya pembuatan / pemasangan reklame
- b. Biaya pemeliharaan reklame
- c. Biaya lamanya pemasangan reklame
- d. Biaya jenis reklame yang dipasang

Setelah terjadi kesepakatan perjanjian Pemasangan Papan Reklame di Kabupaten Kendal, maka para pemasang reklame harus memenuhi ketentuan seperti yang tercantum Bab IV Pasal 7,8 dan 9, sedangkan tarif pajak berdasarkan Pasal 10 ditetapkan sebesar 20% (dua puluh persen) dari total perhitungannya.

Bab V mengenai wilayah pemungutan dan cara penghitungan pajak pada pasal 13 menyebutkan bahwa besarnya pajak yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif sebagaimana dimaksud dalam pasal 10.

Setiap pajak yang dibebankan dalam pemasangan reklame memiliki masa pajak masing-masing yaitu jangka waktu yang lamanya sama dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame. Untuk itu setiap wajib pajak wajib mengisi SPTPD yaitu Surat Pajak Terutang Pajak Daerah secara jelas, benar dan lengkap serta ditanda tangani oleh wajib pajak atau kuasanya. SPTPD sendiri harus disampaikan kepada Bupati Kepala Daerah selambat-lambatnya 15 (lima belas) hari setelah berakhirnya masa pajak.

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa proses pelaksanaan pemasangan papan reklame di wilayah kota Kendal dilakukan dengan mengajukan surat tertulis mengenai isi yang ada pada Pemerintah Kabupaten Kendal Bagian Pajak Reklame, bentuk reklame yang diajukan yaitu menggunakan reklame papan, mengenai tarif pajak yang harus dibayar setelah itu proses pengajuan diizinkan atau tidak oleh Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Kendal bagian Pajak reklame.

B. Permasalahan dalam Pelaksanaan Perjanjian Pemasangan papan Reklame antara Pengusaha dengan Pemerintah Kabupaten Kendal dan Solusinya

Dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal dimungkinkan timbulnya suatu masalah atau hal-hal yang tidak diinginkan oleh kedua belah pihak, baik itu secara sengaja ataupun tidak sengaja dan terduga sebelumnya maupun tidak terduga sebelumnya.

Besarnya jumlah reklame yang mematuhi prosedur atau sesuai prosedur yang diatur dalam perjanjian adalah 98% dan yang menyalahi prosedur hanya 2%. Sedangkan presentase jumlah reklame yang dibebaskan dan mendapat pengurangan pajak kurang lebih antara 1-5%.

Dari beberapa iklan yang telah dianggap menyalahi prosedur pada tabel 3.1, kemungkinan-kemungkinan karena timbulnya masalah-masalah dalam perjanjian pemasangan reklame antara lain:⁴⁷

- a. Adanya *wanprestasi* yaitu : Perusahaan maupun Biro Periklanan Terlambat Membayar Pajak
- b. Perusahaan atau biro periklanan memasang papan reklame sebelum ijin keluar.
- c. Perijinan pemasangan papan reklame tidak diperpanjang lagi

Adapun penjelasannya sebagai berikut:

- 1) **Adanya *wanprestasi* yaitu : perusahaan maupun biro periklanan terlambat membayar pajak papan reklame**

Perusahaan maupun biro periklanan diwajibkan membayar pajak papan reklame sesuai dengan waktu tempo yang telah ditentukan dengan ketentuan yang ada di dalam surat perjanjian. Apabila terjadi kelalaian yang mengakibatkan keterlambatan pembayaran pajak papan reklame, maka sesuai dengan Pasal 18 ayat (1) menyatakan bahwa Wajib Pajak atas papan reklame maka akan membayar sendiri. Dengan adanya wajib pajak reklame akan dikenakan kepada individu atau pribadi maupun perusahaan yang

⁴⁷Wawancara Ayu Risma Mashuda SE, selaku staf bagian Administrasi Pendapatan Pemerintah Kabupaten Kendal

menyelenggarakan reklame. Jika reklame diselenggarakan secara langsung oleh pribadi maupun suatu perusahaan, maka wajib pajak reklame merupakan badan atau orang pribadi yang bersangkutan tersebut. Jika reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, maka wajib pajak adalah pihak ketiga yang menyelenggarakan reklame tersebut.

Pajak reklame merupakan konsekuensi wajib pajak yang dikenakan kepada individu maupun suatu perusahaan atas penyelenggaraan reklame. Wajib pajak penyelenggaraan reklame telah diatur dalam Undang-Undang No. 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Maka dalam pelaksanaannya, pajak reklame diatur kembali oleh masing-masing daerah melalui Peraturan Daerah, Peraturan Gubernur ataupun Peraturan Bupati.

Upaya Penyelesaian:

Dalam pemasangan papan reklame hendaknya perlu memperhatikan wajib pajak yang perlu dibayarkan sesuai dengan tempo waktu yang telah dijanjikan. Didalam menghadapi permasalahan tersebut, perlu adanya tindakan tegas dari Pemerintah Daerah baik dengan peringatan hingga dicabutnya atau diturunkannya papan reklame tersebut. Sebagai pengguna papan reklame, baik pengusaha maupun pengguna lainnya sangat perlu guna dapat mengetahui perjanjian serta wajib pajak.

2. Pemasangan papan reklame sebelum ijin dikeluarkan

Pemasangan papan reklame seharusnya menunggu keluarnya perijinan dari pemerintah daerah setempat, namun tidak menutup kemungkinan terjadinya pemasangan sebelum surat ijin dikeluarkan. Hal ini karena

pemasangan papan reklame sudah melakukan prosedur pengurusan perijinan, namun sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan ternyata surat ijin belum diterbitkan oleh pemerintah setempat. Bagi perusahaan yang memasang iklan secara mandiri, mungkin akan berupaya mencari permasalahan mengapa proses perijinan belum terselesaikan. Namun bagi biro periklanan, keterlambatan pemasangan papan reklame dapat menimbulkan permasalahan dengan kliennya karena tentu perusahaan yang menggunakan jasa biro iklan tersebut menginginkan papan reklame yang menginformasikan mengenai keberadaan produk dapat segera terpasang. Sebagai jalan tengah, biasanya biro periklanan akan berspekulasi terlebih dahulu dengan memasang papan reklame tersebut sambil menunggu surat perijinan diterbitkan. Bila pengurusan perijinan hanya terkendala oleh permasalahan teknis, mungkin hal tersebut dapat dimaklumi. Akan tetapi bila terlambatnya proses perijinan karena penayangan gambar atau penempatan lokasi papan reklame tidak mendapatkan ijin dari pemerintah daerah setempat, tentunya hal tersebut dapat menimbulkan permasalahan karena papan reklame yang sudah terlanjur terpasang harus segera dicabut dan dilarang untuk didirikan.

Upaya Penyelesaian:

Biasanya perusahaan pemasang papan reklame atau biro periklanan akan melakukan pengecekan dan upaya negosiasi mengenai penyebab terlambatnya proses perijinan. Bila hanya terlambat oleh kendala teknis (penandatanganan perijinan masih dalam proses) maka perusahaan pemasang

reklame atau biro periklanan dapat meminta tenggang waktu atau dispensasi untuk tidak dilakukan pencabutan dengan cara menerbitkan surat ijin sementara. Sedangkan bila ternyata kendala perijinan karena bentuk gambar atau pemilihan lokasi pemasangan papan reklame tidak disetujui maka dapat dilakukan upaya pembenahannya. Untuk masalah gambar dapat dilakukan dengan mengoreksi letak permasalahan gambar dan upaya pembedulannya, sedangkan untuk masalah lokasi dapat dipindah di lokasi terdekatnya yang sesuai dengan perijinan. Dengan demikian setidaknya dapat meredam kemungkinan terjadinya perselisihan antara biro periklanan dan perusahaan pengguna jasa biro periklanan tersebut.

3. Perijinan papan reklame sudah kadaluwarsa dan tidak diperpanjang lagi

Untuk mengantisipasi terjadinya perijinan yang kadaluwarsa, sebaiknya perusahaan pemasang papan reklame maupun biro periklanan yang diminta jasanya untuk memasang papan reklame mencatat dengan cermat jatuh tempo masa perijinan pemasangan papan reklame dimaksud. Hal ini karena pemerintah menetapkan sanksi yang cukup berat bagi reklame yang diketahui telah melalui masa kadaluwarsa dan tidak segera dilakukan pencabutan.

Pasal 35 Ayat (1) menyatakan bahwa:

- a. Hak untuk melakukan penagihan pajak, kadaluwarsa setelah melampaui jangka waktu 5 (lima) tahun dihitung sejak saat terutangnya pajak, kecuali apabila wajib pajak melakukan tindak pidana di bidang perpajakan daerah.

b. Kadaluwarsa penagihan pajak sebagaimana dimaksud ayat (1) Pasal ini tertangguh apabila:

- 1) Diterbitkan Surat Teguran dan Surat Paksa.
- 2) Ada pengakuan utang pajak dari Wajib Pajak baik langsung maupun tidak langsung.

Namun dalam kenyataannya sering dijumpai para pemasang papan reklame ataupun biro periklanan yang karena lalai, lupa tidak memperpanjang perijinan atau tidak mencabut papan reklame ketika masa perijinan telah usai. Apabila ditemukan hal-hal semacam itu, maka sesuai dengan Pasal 36 mengenai ketentuan pidana adalah:

- a. Wajib pajak yang karena kealpaannya tidak menyampaikan SPTPD atau mengisi dengan tidak benar atau lengkap atau melampirkan keterangan yang tidak sehingga merugikan keuangan daerah dapat dipidana dengan pidana kurungan paling lama 1 (satu) tahun dan atau denda paling banyak 2 (dua) kali jumlah pajak yang terutang.
- b. Wajib pajak yang dengan sengaja tidak menyampaikan SPTPD atau mengisi dengan tidak benar atau tidak lengkap atau melampirkan keterangan yang tidak benar sehingga merugikan keuangan daerah dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda paling banyak 4 (empat) kali jumlah pajak yang terutang.

Adapun menurut Pasal 317, tindak pidana sebagaimana dimaksud dalam pasal 36 tidak dituntut setelah melampaui jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak saat terutangnya pajak.

Upaya Penyelesaian :

Perusahaan pemasang papan reklame maupun biro periklanan hendaknya mencatat tanggal sejak ijin pemasangan papan reklame diterbitkan, bila perlu dilakukan pengkodean pada setiap tiang yang digunakan untuk penyangka papan reklame tersebut. Selain itu pencatat dilakukan secara administratif dan benar-benar diperhatikan secara cermat mengenai kadaluwarsa dari masa perijinan tersebut. Apabila dari papan reklame yang dipasang hendak diperpanjang perijinannya, hendaknya dilakukan perpanjangan ijin papan reklame jauh-jauh hari sebelumnya (dua atau tiga bulan sebelum masa perijinan berakhir), untuk mengantisipasi kemungkinan penggunaan lokasi pemasangan papan reklame akan digunakan oleh pihak lain.

Adapun kasus konkrit terhadap reklame yang bertentangan dengan Pasal 10 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1999 antara lain :

- 1) Jumlah yang dipasang melebihi yang diijinkan atau tidak sesuai dengan ijin
- 2) Dipasang pada zona yang dilarang
- 3) Terpasang melintang sementara untuk spanduk tidak diperbolehkan
- 4) Memasang dahulu baru mengurus ijin

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa hambatan yang sering terjadi dalam pemasangan papan reklame karena adanya *wanprestasi* dari pihak pemasang iklan yang tidak mengindahkan ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam perjanjian, solusi dalam

penegakan pajak papan reklame harus benar benar ditegakkan sesuai dengan peraturan pemerintah Kabupaten kendal.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pelaksanaan bentuk perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal merupakan bentuk kerjasama antara pihak pemberi ijin dan pengusaha pemasang papan reklame. Sedangkan proses pelaksanaan pemasangan papan reklame di wilayah kota Kendal dilakukan dengan mengajukan surat tertulis mengenai isi yang ada pada papan reklame pada Pemerintah Kabupaten Kendal Bagian Pajak Reklame, bentuk reklame yang diajukan yaitu menggunakan reklame papan, mengenai tarif pajak yang harus dibayar setelah itu proses pengajuan diizinkan atau tidak oleh Kepala Badan Keuangan Daerah Kabupaten Kendal bagian Pajak Reklame atau Adminitrasi Pendapatan.
2. Hambatan-hambatan dalam perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal dan upaya penyelesaiannya
 - a) Adanya *Wanprestasi* yaitu : Perusahaan maupun Biro Periklanan bila Terlambat Membayar Pajak papan reklame, upaya penyelesaiannya pemasangan papan reklame hendaknya perlu memperhatikan wajib pajak yang perlu dibayarkan sesuai dengan tempo waktu yang telah dijanjikan. Didalam menghadapi permasalahan tersebut, perlu adanya tindakan tegas dari Pemerintah Daerah baik dengan peringatan hingga dicabutnya atau diturunkannya papan reklame tersebut.
 - b) Pemasangan papan reklame sebelum ijin dikeluarkan. Upaya penyelesaiannya yaitu biasanya perusahaan pemasang papan reklame atau biro periklanan akan melakukan pengecekan dan

upaya negosiasi mengenai penyebab terhambatnya proses perijinan.

- c) Perijinan papan reklame sudah kadaluwarsa dan tidak diperpanjang lagi, upaya penyelesaiannya yaitu perusahaan pemasang papan reklame maupun biro periklanan hendaknya mencatat tanggal sejak ijin pemasangan papan reklame diterbitkan.

B. Saran

1. Bagi Pemasang Iklan sebagai pihak wajib pajak reklame maka diharapkan wajib membayarkan pajak reklame secara disiplin.
2. Diharapkan untuk Pemerintah Kabupaten Daerah Kendal terutama pada bagian pajak reklame, diharapkan untuk dapat mempertegas pada setiap perjanjian pemasangan papan reklame di kabupaten Kendal guna meminimalisir hambatan-hambatan dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame.



DAFTAR PUSTAKA

A. Al Quran & Al Hadist

Departemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya*. Semarang: PT Karya Toha Putra

B. Buku

Ali, Zainudin. 2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran: Konsep, teori dan Strategi*, jakarta: Raja.

Budiono, Herlien. 2010. *Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapannya di Bidang Kenotariatan*, Bandung: Citra Aditya,

Dewi, Gemala. 2005. *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, Jakarta: Kencana,

Fuady, Munir. 1999. *Hukum Bisnid dalam Teori dan Praktek*, Bandung: Citra Aditya Bhakti,

Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*, Bogor: Ghalia Indonesia,

Hamzah, Andi. 1998. *Kitab Undang-Undang Hukum perdata*, Jakarta : Rineka cipta,

Hamzah, Andi. 2005. *Penegakan Hukum Lingkungan*. Jakarta: Sinar Grafika.

Hs, Salim, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008,

LorensBagus, 2005, *Kamus Filsafat*, Jakarta: GramediaPustakaUtama.

M. Hadjon, philipus. 1993. *Pengantar Hukum Perizinan*. Surabaya: Yuridika,

Masri, dkk. 2008. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta Barat: Pustaka LP3ES Indonesia.

Mertokusumo, Sudikno. 1985. *Hukum Acara Perdata Indonesia*. Yogyakarta: Liberty,

Miru, Ahmad. 2007. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Jakarta: Rajawali Pers,

Muhammad, Abdul Kadir. 1992, *Hukum Perjanjian*, Alumni Bandung,

- Muhammad, Abdul Kadir. 1992. *Hukum Perikatan*, Bandung: Alumni,
- Mulyadi, Kartini dan Gunawan Widjaja, 2003. *Seri Hukum Perikatan: Hukum Perikatan Pada Umumnya..* Jakarta: Raja Grafindo Persada,
- Prodjodikoro, Wirjono. 1993. *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Bandung: Sumur batu.
- HanitjoSoemitro, Ronny. 1999. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Satori, Djam'andanAanKomariah. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan, R. 1998. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Bandung: Bina cipta,
- Soemarwoto, Otto, 1991. *Ekologi Lingkungan Hidup dan Pembangunan*. Jakarta: Djambatan.
- Soerjono, Soekanto. 1996. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press,
- Subekti, R. 1997. *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Penerbit PT. Intermasa,
- Subekti. 2001. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: PT. Intermasa,
- Surayin. 2007. *Analisis Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Bandung: Yrama Widya,
- Suryana, YuyusdanKartibBayu. 2010. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta: KencanaPredana Media Group,
- Suryodiningrat, RM. 1995. *Azas-Azas Hukum Perikatan*, Bandung: Tarsito,
- Swasta, Basu. 1998. *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta: Liberty,
- Wirianto, Lukman. 2010. *Peran Reklame/ Iklan Dalam Mempromosikan Produk dan Jasa*. Jakarta: Graha Ilmu.

C. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Pemerintahan Daerah.

Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Peraturan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Kendal Nomor 16 Tahun 1998 tentang Pajak Reklame

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

D. Sumber Lain/Internet

Wawancara Ayu Risma Mashuda SE, selaku staf bagian Administrasi Pendapatan Pemerintah Kabupaten Kendal





Bentuk Perjanjian Pemasangan Papan Reklame di Kabupaten Kendal

KEPUTUSAN KEPALA BADAN KEUANGAN DAERAH KABUPATEN KENDAL

Nomor : DPPKD.973.1

TENTANG IJIN PEMASANGAN REKLAME

KEPADA KEPALA BADAN KEUANGAN DAERAH KABUPATEN KENDAL

Membaca :

1. Surat permohonan ijin pemasangan reklame Sdr....
Nomor....Tanggal.....
2. Surat rekomendasi Kepala Dinas Cipta Karya dan Tata
Ruang Kabupaten Kendal Nomor.... Tanggal.....

Menimbang : Bahwa setelah dipelajari dan diadakan penelitian sepenuhnya terhadap surat permohonan telah memenuhi persyaratan untuk ditetapkan sebagai subyek maupun obyek Pajak Reklame.

Mengingat :

1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
2. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kabupaten dalam Lingkungan Propinsi Jawa Tengah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1965 tentang Pembentukan

Daerah Tingkat II Kendal dengan mengubah Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Propinsi Jawa Tengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1965 Nomor 52, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2757).

3. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 134, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4247).
4. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 132).
5. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Indonesia Nomor 4725).
6. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 96, Tambahan Lembaran Republik Indonesia Nomor 5025).

7. 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).
8. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Indonesia Nomor 5234).
9. 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 diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679).
10. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1950 tentang Penetapan Mulai Berlakunya Undang-Undang 1950 Nomor 12, 13, 14, dan 15 dari hal Pembentukan Daerah-daerah Kabupaten di Jawa Timur/Tengah/Barat dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

11. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1976 tentang Perluasan Kotamadya Daerah Tingkat II Kendal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4490).
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 Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi, Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737).
14. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 87 Tahun 2014 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 199).
15. Peraturan Daerah Kabupaten Kendal Nomor 14 Tahun 2007 tentang Urusan Pemerintahan Wajib dan Urusan Pemerintahan Pilihan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah

Daerah Kabupaten Kendal (Lembaran Daerah Kabupaten Kendal Tahun 2007 Nomor 14 Seri E No.8, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Kendal Nomor 12).

16. Peraturan Daerah Kabupaten Kendal Nomor 5 Tahun 2012 tentang Penyusunan Peraturan Daerah (Lembaran Daerah Kabupaten Kendal Tahun 2012 Nomor 5 Seri E No.4, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Kendal Nomor 84);

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Peraturan Daerah Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Pertama : Memberikan ijin pemasangan reklame kepada :

- a. Nama :
- b. Alamat :
- c. NPWPD :
- d. Jenis Reklame :
- e. Jumlah :
- f. Ukuran :
- g. Naskah Reklame :
- h. Lokasi :

Kedua : Pemegang ijin pemasangan Reklame sebagaimana dimaksud pada DIKTUM PERTAMA, dalam penyelenggaraan / pemasangan

reklamnya harus memenuhi ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut :

- a. Penyelenggaraan ijin pemasangan Reklame harus sesuai dengan rencana gambar, ukuran serta lokasi yang telah mendapat Rekomendasi dari unit kerja teknis terkait (Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Kabupaten Kendal, Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kendal serta Instansi yang berwenang).
- b. Diharuskan membayar Pajak Reklame sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. Diharuskan memelihara Reklame yang dipasang selama masa Ijin sehingga tidak mengganggu kebersihan, ketertiban dan keindahan
- d. Apabila Reklame-reklame yang dipasang tidak terpelihara dengan baik, maka ijin pemasangan Reklame akan dicabut dan Reklame akan dibongkar oleh Petugas Pemerintah Kabupaten Kendal tanpa diberikan ganti rugi dan asset Reklame menjadi milik Pemerintah Kabupaten Kendal.
- e. Apabila akan memperpanjang ijin pemasangan Reklame, maka 7 (tujuh) hari sebelum habis jangka waktu, Pemegang Ijin harus melapor dan mengajukan permohonan perpanjangan ijin kepada Kepala Daerah melalui Kepala dinas Pengelola Keuangan Daerah Kabupaten Kendal.

Ketiga : Apabila terjadi kerusakan pada konstruksi Reklame sebagai akibat dari kecerobohan pemasang, terkena kegiatan proyek Pemerintah Daerah dan atau karena bencana alam, segala resiko yang ditimbulkan menjadi tanggung jawab sepenuhnya pemegang ijin.

Keempat : Ijin pemasangan Reklame Mulai berlaku tanggal.....
Sampai dengan Tanggal.....

Kelima : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.
Sampai dengan tanggal.....

Ditetapkan di : Kendal
Pada tanggal :
KEPALA DINAS PENDAPATAN DAN
PENGELOLAAN
KEUANGAN DAERAH KABUPATEN KENDAL

AGUS DWILESTARI, SIP.MH.
Pembina Tk. I
Nip. 19720829 1992031 003

Tembusan : disampingkan kepada Yth.

1. Bupati Kendal (sebagai laporan)
2. Kepala Inspektorat Kabupaten Kendal;
3. Kepala Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kendal;
4. Kepala Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Kabupaten Kendal;

5. Arsip.

Bentuk perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal termasuk dalam bentuk kerjasama karena dilakukan antara dua pihak yaitu pihak pemerintah Kabupaten Kendal dengan pihak pemasang iklan. Perjanjian tersebut dilaksanakan secara tertulis dengan jangka waktu tertentu dan pihak pemasang papan reklame diwajibkan membayar pajak reklame kepada pemerintah Kabupaten Kendal sesuai dengan isi perjanjian yang dilakukan. Perjanjian tersebut sangat bermanfaat bagi pemasang papan reklame dalam memasarkan produk atau jasa perubahan pemasang papan reklame tersebut. Dalam hukum perikatan Islam, bentuk perjanjian pemasangan papan reklame termasuk muamalah dengan asas perikatan tertulis, jujur dan bebas, tujuan perjanjian pemasangan papan reklame itu harus jelas, obyek perjanjian yaitu papan reklame harus jelas dan tidak melanggar syariat Islam.

Besarnya perhitungan nilai sewa reklame di Kabupaten Kendal dapat dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 3.1

Daftar Nilai Sewa Reklame di kabupaten Kendal

No	Jenis Reklame	NJOPR 2004	NSPR	NSR	Tarif 20%	Keterangan
1	2	3	4	5	6	7
A.	BILLBOARD					
	BERSINAR	225.000/M ² /TH				
	1. Kawasan Reklame Khusus		975.000/M ² /TH	1.200.000/M ² /TH	240.000/M ² /TH	Dihitung per tahun jika kurang dari satu tahun Maka dihitung satu tahun, kecuali untuk reklame tidak permanen dihitung per bulan. Kurang dari satu bulan dihitung per bulan.
	2. Kawasan Reklame Bisnis		500.000/M ² /TH	725.000/M ² /TH	145.000/M ² /TH	
	3. Kawasan Reklame Strategis		300.000/M ² /TH	525.000/M ² /TH	105.000/M ² /TH	
	4. Kawasan Reklame lainnya		200.000/M ² /TH	425.000/M ² /TH	85.000/M ² /TH	
	BIASA	225.000/M ² /TH				
	1. Kawasan Reklame Khusus		975.000/M ² /TH	1.110.000/M ² /TH	222.000/M ² /TH	
	2. Kawasan Reklame Bisnis		500.000/M ² /TH	635.000/M ² /TH	127.000/M ² /TH	
	3. Kawasan Reklame Strategis		300.000/M ² /TH	435.000/M ² /TH	87.000/M ² /TH	
	4. Kawasan Reklame Lainnya		200.000/M ² /TH	335.000/M ² /TH	67.000/M ² /TH	

No	Jenis Reklame	NJOPR 2004	NSPR	NSR	Tarif 20%	Keterangan
1	2	3	4	5	6	7
B	<p>KAIN/SPANDUK</p> <p>COVER</p> <p>1. Kawasan Reklame Khusus</p> <p>2. Kawasan Reklame Bisnis</p> <p>3. Kawasan Reklame Strategis</p> <p>4. Kawasan Reklame Lainnya</p> <p>LAYAR, TOKO, TENDA, BANNER</p> <p>3. Kawasan Reklame Khusus</p> <p>4. Kawasan Reklame Bisnis</p> <p>5. Kawasan Reklame Strategis</p> <p>6. Kawasan Reklame Lainnya</p> <p>SPANDUK, UMBUL-UMBUL</p> <p>1. Kawasan Reklame Khusus</p> <p>2. Kawasan Reklame Bisnis</p> <p>3. Kawasan Reklame Strategis</p> <p>4. Kawasan Reklame Lainnya</p>	<p>135.000/M²/TH</p> <p>34.000/M²/BL</p> <p>34.000/M²/BL</p> <p>10.000/M²/3BL</p>	<p>975.000/M²/TH</p> <p>500.000/M²/TH</p> <p>300.000/M²/TH</p> <p>200.000/M²/TH</p> <p>90.000/M²/TH</p> <p>28.000/M²/TH</p> <p>24.000/M²/TH</p> <p>20.000/M²/TH</p> <p>90.000/M²/TH</p> <p>28.000/M²/TH</p> <p>24.000/M²/TH</p> <p>20.000/M²/TH</p> <p>30.000/M²/TH</p>	<p>1.110.000/M²/TH</p> <p>635.000/M²/TH</p> <p>435.000/M²/TH</p> <p>335.000/M²/TH</p> <p>124.000/M²/TH</p> <p>62.000/M²/TH</p> <p>58.000/M²/TH</p> <p>54.000/M²/TH</p> <p>124.000/M²/TH</p> <p>62.000/M²/TH</p> <p>58.000/M²/TH</p> <p>54.000/M²/TH</p> <p>40.000/M²/TH</p>	<p>240.000/M²/TH</p> <p>145.000/M²/TH</p> <p>105.000/M²/TH</p> <p>85.000/M²/TH</p> <p>24.000/M²/Bln</p> <p>12.400/M²/Bln</p> <p>11.600/M²/Bln</p> <p>10.800/M²/Bln</p> <p>24.000/M²/Bln</p> <p>12.400/M²/Bln</p> <p>11.600/M²/Bln</p> <p>10.800/M²/Bln</p> <p>8.000/M²/TH</p>	<p>Dihitung per bulan jika kurang dari satu bulan maka di hitung satu bulan.</p> <p>Dihitung per minggu jika kurang dari satu minggu maka di hitung satu minggu.</p> <p>Dihitung per minggu jika kurang dari satu minggu maka di hitung satu minggu.</p> <p>Kurang dari tiga bulan dihitung tiga bulan.</p>

FLANG CHAIN



No.	Jenis Reklame	NJOPR 2004	NSPR	NSR	Tarif 20%	Keterangan
1	2	3	4	5	6	7
C.	MELEKAT/STIKER 1. Tinline 2. Stiker 3. Poster	10.000/Folio/3 B1 1.500/Folio/B1 500/Folio/B1	30.000/Folio/B1 2.500/Folio/B1 2.500/Folio/B1	40.000/Folio/3 B1 4.000/M ² /Bln 3.000/M ² /Bln	8.000 Folio/3 B1 800/Folio/B1 600/Folio/B1	
D.	SELEBARAN 1. Berwarna 2. Stiker	400/Folio 100/Folio	400/Folio 400/Folio	800/Folio 500/Folio	160/Folio 100/Folio	
E.	BERJALAN (Roda 4)	100.000/M ² /TH	140.000/M ² /TH	240.000/M ² /TH	48.000/M ² /TH	Dihitung per tahun jika kurang dari satu tahun Maka dihitung satu tahun
F.	REKLAME KENDARAAN	100.000/M ² /TH	140.000/M ² /TH	240.000/M ² /TH	48.000/M ² /TH	Dihitung per tahun jika kurang dari satu tahun Maka dihitung satu tahun
G.	REKLAME UDARA	1.000.000/Buah	500.000/Buah	1.500.000/Buah	300.000/Buah	Dihitung per bulan jika kurang dari satu bulan maka di hitung satu bulan.

No.	Jenis Reklame	NJOPR 2004	NSPR	NSR	Tarif 20%	Keterangan
1	2	3	4	5	6	7
H.	REKLAME FILM/SLIDE					Dihitung dari bukti otentik kwitansi atau ikatan kontrak
I.	REKLAME SUARA					Dihitung dari bukti otentik kwitansi atau ikatan kontrak
J.	REKLAME PERAGAAN		50.00/M ² /Mg	50.00/M ² /Mg	10.00/M ² /Mg	Dihitung per minggu jika kurang dari satu minggu maka di hitung satu minggu.

