

Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Pemasangan Papan Reklame Antara Pengusaha Dengan Pihak Pemberi Ijin

¹M. Irwan Ardiansah dan ²Siti Ummu Adillah

¹Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung

*Corresponding Author:

m.irwanardiansah@gmail.com

Abstrak

*Penelitian “Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Pemasangan Papan Reklame Antara Pengusaha dengan Pihak Pemberi Ijin” bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame antara pengusaha dengan pemerintah Kabupaten Kendal serta permasalahan dalam pelaksanaan perjanjian pemasangan papan reklame antara pengusaha dengan pemerintah Kabupaten Kendal dan solusinya. Metode Pendekatan yang dipakai dalam skripsi ini bersifat yuridis normatif dengan menggunakan data primer sebagai data utama dengan cara melakukan wawancara bersama staf bagian administrasi pendapatan Pemerintah Kabupaten Kendal, dan kemudian didukung oleh data sekunder dari berbagai sumber yang selanjutnya dianalisis dan diolah dengan metode kualitatif untuk menghasilkan kesimpulan Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peraturan Daerah kabupaten Daerah Tingkat II Kendal Nomor 16 Tahun 1998 tentang 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 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. **Kata Kunci** : Perjanjian, Pengusaha, Pemberi ijin, Papan Reklame.*

Abstract

The study "Judicial Review of the Agreement to Install Billboards Between Entrepreneurs and the Licensing Party" aims to investigate the implementation of the billboard installation agreement between the entrepreneur and the Kendal Regency government, as well as the problems encountered in implementing the billboard installation agreement between the entrepreneur and the Kendal Regency government, as well as possible solutions. The approach taken in this thesis is normative juridical, with primary data collected through interviews with Kendal Regency Government revenue administration staff, and secondary data collected from a variety of sources, which is then analyzed and processed using qualitative methods to arrive at conclusions. According to the findings of the study, the Kendal Regency Level II District Number 16 of 1998 Regional Regulation on Advertisements declares. Advertisements are items, tools of action, or media that are arranged in a variety of patterns for commercial objectives and are used to introduce, recommend, or laud an item, service, or person, or to draw public attention to an item or person that is put, read, or read. Except for those carried out by the government, and/or heard from a location by the public.

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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. (Lukman Wirianto, 2010)

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 mempengaruhi masyarakat agar mau mengikuti cara yang dianjurkannya guna mencapai tujuan konkret. (R. Subekti, 1997)

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 Kepala SKPD yang membidangi perizinan. Adanya ketentuan mengenai kewajiban memperoleh izin dalam setiap penyelenggaraan reklame, salah satunya agar tetap terjaga lingkungan.

Berdasarkan kenyataan dalam pelaksanaannya 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.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah 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?

2. METODE

A. Metode Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam membahas semua permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis. (Ronny Hanitijo Soemitro, 1999) 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 kebijaksanaan pemerintah Kendal mengenai perjanjian pemasangan papan reklame.

B. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian adalah penelitian ini di lakukan secara deskriptif, (Zaenudin Ali, 2013) 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.

C. 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.

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 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 Pemerintah 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.
- 3) 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).

D. 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.(Djaman Satori dan Aan Komaria, 2013) 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 situasi wawancara. (Masri, dkk, 2008) 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. Metode Pengumpulan data sekunder

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

E. Metode Analisis Data

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 perundang-undangan dan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang 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.

3. HASIL 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.

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 reklamenya, 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-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.

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 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 ijin 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. Biaya pemasangan, Pemeliharaan, Lamanya pemasangan, Nilai strategis, Lokasi, Jenis reklame.

Setiap pemilihan tempat pemasangan papan reklame memiliki nilai strategisnya. Adapun nilai strategis pemasangan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 diteatapkan oleh faktor-faktor: Lokasi, Luas reklame, Sudut pandang reklame, 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 : Biaya pembuatan / pemasangan reklame, Biaya pemeliharaan reklame, Biaya lamanhya pemasangan reklame, Biaya jenis reklame yang dipasang.

Setelah terjadi kesepakatan perjanjian Pemasangan Papan Reklame di Kabupaten Kendal, maka paara 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 Pemerintrah 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, beberapa permasalahan yang ada diantaranya:

a. 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 ketetapan 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. 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.

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.

b. 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. 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

karenan 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 (penadatangan 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 pembetulannya, 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.

- c. 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:

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

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

Diterbitkan Surat Teguran dan Surat Paksa.

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:

Wajib pajak yang karena kealpaanya 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.

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 : Jumlah yang dipasang melebihi yang diijinkan atau tidak sesuai dengan ijin, Dipasang pada zona yang dilarang, Terpasang melintang sementara untuk spanduk tidak diperbolehkan, 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.

4. PENUTUP

A. Kesimpulan

- a. 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.
- b. Hambatan-hambatan dalam perjanjian pemasangan papan reklame di Kabupaten Kendal dan upaya penyelesaiannya
 1. 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.
 2. 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.
 3. 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

- a. Bagi Pemasang Iklan sebagai pihak wajib pajak reklame maka diharapkan wajib membayarkan pajak reklame secara disiplin.
- b. 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.

Ucapan Terima kasih

Alhamdulillah segala puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan artikel ini dengan judul **Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Pemasangan Papan Reklame Antara Pengusaha**

dengan Pihak Pemberi Ijin Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan para pihak oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan motivasi pada penulis dan Ibu Dr. Hj. Siti Ummu Adillah, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing penulis.

Daftar Pustaka

- Ali, Zainudin. 2013. Metode Penelitian Hukum. Jakarta: Sinar Grafika.
- Masri, dkk. 2008. Metode Penelitian Survei. Jakarta Barat: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Ronny Hanitijo Soemitro, Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999.
- Subekti, R. 1997. Hukum Perjanjian, Jakarta: Penerbit PT. Intermasa,
- Wirianto, Lukman. 2010. Peran Reklame/ Iklan Dalam Mempromosikan Produk dan Jasa. Jakarta: Graha Ilmu.