



Reklame Marak tapi Pendapatan Tak Sesuai

JOGJA - Banyaknya papan reklame yang terpasang di Kota Jogja tidak sebanding dengan pemasukan yang diterima Pemkot Jogja. Pada 2016 kemarin, pajak reklame dan pajak penerangan

jalan (PPJ), menjadi pajak yang tidak sesuai target. Bahkan untuk pajak reklame hanya mencapai 50 persen dari target.

Kepala Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD)

Kota Jogja Kadri Renggono mengatakan, dari 10 pajak daerah pada 2016 lalu, hanya pajak reklame dan PPJ yang tidak sesuai target ■

► Baca Reklame... Hal 7



Kalau yang reklame hanya 50 persen, realisasinya Rp 3,6 miliar. Padahal targetnya Rp 5,6 miliar."

Kadri Renggono, Kepala BPKAD Kota Jogja

Tarif PLN Berubah, PPJ Tak Capai Target

■ REKLAME...

Sambungan dari hal 1

Untuk PPJ pencapaiannya 98,25 persen atau terealisasi Rp 44,2 miliar dari target Rp 45 miliar.

"Kalau yang reklame hanya 50 persen, realisasinya Rp 3,6 miliar. Padahal targetnya Rp 5,6 miliar," ujar Kadri kemarin (4/2).

Menurutnya, tidak tercapainya target penerimaan dari dua pajak daerah tersebut karena adanya perubahan kebijakan. Kadri menyebutkan

untuk PPJ tidak mencapai target karena ada perubahan tarif dari Perusahaan Listrik Negara (PLN). "Belum lagi ada kebijakan diskon dari PLN," ungkapnya.

Begitu pula untuk pajak reklame, menurut Kadri, adanya perda baru, Perda Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, yang lebih ketat mengatur perizinan reklame. "Adanya perda baru itu kan lebih selektif dalam mengeluarkan izin," sambungnya.

Dalam Perda Nomor 2 Tahun 2015 memang mengatur terkait kawasan larangan reklame dibagi dalam tiga zona, yakni zona kendali khusus, zona kendali ketat, dan zona kendali sedang. Zona kendali khusus berada di sumbu filosofis dari Tugu hingga Panggung Krpyak. Radius 50 meter dari as jalan pada zona tersebut merupakan area larangan bagi reklame.

Mantan Ketua Pansus Perda Reklame DPRD Kota Jogja Suwanto mengatakan, dengan ada-

nya perda itu secara jumlah reklame akan berkurang, tapi hal itu bukan menjadi alasan turunnya pendapatan dari pajak reklame. Menurutnya, dari sisi jumlah papan reklame yang terbatas dan berada di lokasi strategis, justru membuat tarif pemasangan reklame naik.

"Jumlahnya kan terbatas, jadi lebih strategis karena yang ada hanya itu. Hitung-hitungan kasar ada peningkatan tarif reklame sekitar tujuh persen," ungkapnya. (pra/laz/ga)

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. BPKAD	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 01 Agustus 2026
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005