

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan pemasukan terbesar negara. Pengertian pajak menurut Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (undang-undang nomor 16 tahun 2009) pasal 1 ayat 1 adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut (Sumarsan, 2013:3), pajak adalah iuran rakyat kepada negara yang berlandaskan undang-undang dengan tidak mendapat timbal balik (kontra-prestasi) yang langsung dan digunakan untuk membayar pengeluaran rutin negara dan apabila surplus akan digunakan untuk membiayai *public investment* atau investasi umum berupa pembangunan infrastruktur. Pajak adalah salah satu faktor pendukung agar penyelenggaraan kegiatan negara dapat berlangsung dengan baik sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat.

Berdasarkan lembaga pemungutan pajak terbagi menjadi 2 yaitu pajak pusat yang dikelola oleh kementerian keuangan dan pajak daerah yang dikelola oleh pemerintah daerah baik tingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Pajak pusat antara lain pajak pertambahan nilai (PPN) dan pajak penghasilan (PPh) sedangkan pajak daerah antara lain pajak

kendaraan bermotor (PKB) dan bea balik nama kendaraan bermotor (BBNKB). Definisi pajak pertambahan nilai (PPN) adalah pajak tidak langsung yang dikenakan pada setiap pertambahan nilai atau penyerahan barang dan atau jasa kena pajak (BKP dan atau JKP) dengan dasar hukum undang-undang nomor 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Karakteristik pajak pertambahan nilai (PPN) yaitu pertama *Multy Stage Levy* yakni dikenakan pada tiap mata rantai produksi dan atau distribusi, kedua *Invoice Method* yakni perhitungan pajak pertambahan nilai (PPN) terutang berdasarkan mengkreditkan pajak keluaran dengan pajak masukan, ketiga pajak atas konsumsi dalam negeri, keempat *Consumption Type VAT* yakni semua pembelian yang digunakan untuk produksi termasuk pembelian barang-barang produksi dan barang modal dikeluarkan agar tidak terjadi *double taxing* pada barang modal, kelima *Non Cummulative* yakni merupakan beban konsumen akhir, keenam tarif tunggal yakni hanya ada satu tarif (10%) dan ketujuh tarif objektif yakni timbul akibat penyerahan obyek barang kena pajak (BKP) dan atau jasa kena pajak (JKP).

Definisi pajak penghasilan (PPh) adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan berupa gaji, upah, honorarium, tunjangan dan pembayaran lain yang diterima atau diperoleh wajib pajak orang pribadi sehubungan dengan pekerjaan atau jabatan, jasa dan kegiatan. Dengan pengertian lain bahwa subyek pajak penghasilan (PPh) ialah pajak orang pribadi (WPOP), warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak, badan dan bentuk usaha tetap (BUT) yang

dibedakan menjadi subyek pajak dalam negeri (SPDN) dan subyek pajak luar negeri (SPLN), sedangkan obyek pajak penghasilan (PPh) adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh oleh wajib pajak baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia yang dapat dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun berdasar hukum undang-undang nomor 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.

Badan Pusat Statistik (Badan Pusat Statistik, 2015) melaporkan realisasi pendapatan negara tahun anggaran 2015 sebesar Rp. 1.491.500.000.000 yang mana sebesar Rp. 1.235.800.000.000 atau sekitar 83% merupakan penerimaan perpajakan dan sisanya yakni 17% sebesar Rp. 255.700.000.000 berasal dari realisasi penerimaan negara bukan pajak (PNBP), hal ini menunjukkan pentingnya pajak untuk membiayai pengeluaran baik kegiatan operasional negara maupun guna pembangunan nasional. Oleh sebab itu pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan fiskal untuk terus meningkatkan pendapatan negara dari sektor pajak yang digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam berbagai aspek, dimana dibutuhkan dana yang cukup besar yang tidak lain didapat dari penerimaan pajak.

Mobil merupakan suatu kebutuhan sekalipun tidak mutlak, hal tersebut didukung dengan adanya pertimbangan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 4,73% (Badan Pusat Statistik, 2015) mampu meningkatkan daya beli dan gaya hidup masyarakat. Pertumbuhan mobil terus mengalami peningkatan tercatat pada tahun 2013 jumlah mobil penumpang di Indonesia mencapai 11.484.514 unit (Badan Pusat

Statistik, 2014). Saat ini pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan mobil tidak hanya melalui cara konvensional seperti brosur maupun koran melainkan juga melalui media *online*, hal ini dipicu karena perkembangan teknologi yang pesat yang dapat dilihat dari peningkatan penggunaan internet yang semakin pesat. Pengguna internet di Indonesia sebesar 88.100.000 jiwa (Petra, 2016), dimana sepanjang tahun 2014 mampu menghasilkan perputaran uang sebesar USD 2.600.000.000 dan diprediksi akan mencapai USD 4.890.000.000 di tahun 2016 (Millward, 2014). Jumlah tersebut dianggap sebagai peluang bagi pengusaha dalam memasarkan produk melalui *e-commerce*. *E-commerce* adalah transaksi komersial di internet dimana pelanggan, bisnis, nirlaba dan pemasar pemerintah semua menggunakan internet untuk transaksi mulai dari pembelian barang dan jasa. (Roberts dan Zahay, 2013:13).

Meningkatnya pertumbuhan penjualan mobil akan berpengaruh terhadap pertumbuhan *showroom* yang terus bertambah dari tahun ke tahun, tidak hanya *showroom* secara konvensional juga *showroom* secara *online*. Fiskus menilai bahwa *showroom* mobil bekas memiliki potensi penerimaan pajak yang tinggi dimana tidak hanya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) saja yang menjadi fokus utama tetapi juga Pajak Penghasilan (PPh) baik pasal 21 maupun badan. Akan tetapi masih banyak ditemukan *showroom* mobil yang belum bahkan sama sekali tidak membayar dan melaporkan pajak terutangnya kepada Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dengan berbagai alasan seperti tidak mengetahui kapan harus membayar dan melaporkan pajak terutangnya, berapa jumlah pajak terutang yang

harus dibayar serta bagaimana cara membayar dan melaporkan pajak terutangnya dengan benar, lengkap dan jelas sesuai kondisi wajib pajak.

Oleh sebab itu diperlukan *tax planning* atau perencanaan pajak yang tepat sesuai dengan kondisi masing-masing perusahaan untuk membantu wajib pajak (WP) guna meminimalkan beban pajak terutang yang dapat mengoptimalkan laba bersih perusahaan, *tax planning* dilakukan secara *legal* dan tetap dalam koridor sesuai dengan undang-undang maupun peraturan perpajakan yang berlaku. *Tax planning* ialah proses merencanakan usaha dan transaksi wajib pajak (WP) supaya utang pajak berada dalam jumlah yang minimal, tetapi masih dalam bingkai peraturan perpajakan dengan pemenuhan kewajiban perpajakan secara lengkap, benar dan tepat waktu sehingga dapat menghindari pemborosan sumber daya baik materi, waktu, pikiran dan tenaga (Suandy, 2016:2). Tindakan tersebut merupakan *tax avoidance* dengan memanfaatkan celah-celah undang-undang maupun peraturan perpajakan yang berlaku (*loopholes*) sehingga tidak ada pelanggaran yang dilakukan, akan tetapi berbeda dengan *tax evasion* yang merupakan tindakan *illegal* atau melawan hukum (pajak.go.id, 2014)

Obyek penelitian ini adalah sebuah *showroom* “M” yang terletak di jalan Kertajaya, Surabaya yang sudah cukup lama berdiri dan menjual berbagai mobil bekas dengan berbagai merk dari Jepang seperti Toyota, Honda, Daihatsu, Suzuki, Nissan, Mitsubishi, Isuzu, Datsun, dan lain-lain. Rata-rata persediaan mobil bekas sebagai barang dagangan di *showroom* “M” tersebut cukup banyak sekitar 15-20 buah dan memiliki 10-15 orang karyawan yang terdiri atas pegawai tetap dan bukan

pegawai. Saat ini *showroom "M"* sudah melakukan penjualan baik secara konvensional maupun *online* dan memiliki *omzet* penjualan lebih dari Rp. 4.800.000.000 per tahun, akan tetapi belum mengukuhkan diri sebagai pengusaha kena pajak (PKP). Berdasarkan pernyataan hasil wawancara dengan pemilik *showroom "M"*, beliau menyatakan bahwa *showroom "M"* belum melakukan kewajiban perpajakan dalam hal ini melakukan kewajiban menghitung, menyetor dan melaporkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan pasal 21 (PPh 21) dan Pajak Penghasilan badan (PPh badan). Perlu diketahui bahwa bentuk usaha *showroom "M"* sejak tahun 2010 hingga 2015 adalah Usaha Dagang (UD) dan mulai tahun 2016 *showroom "M"* beralih bentuk usaha dari UD ke CV dikarenakan kebijakan dari pemilik *showroom "M"* yang ingin memisahkan antara entitas badan dan pribadi secara hukum agar administrasi dan keuangan lebih tertib dan rapi dengan begitu memudahkan dalam melakukan manajemen pajak dan *tax planning*.

*Showroom "M"* sudah memiliki peredaran bruto lebih dari Rp. 4.800.000.000 sebelum berbadan usaha CV akan tetapi pemilik *showroom "M"* belum mengukuhkan diri menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP) dikarenakan kurangnya pengetahuan perpajakan, selain itu sebelum berbadan usaha CV, *showroom "M"* menghitung, menyetor dan melaporkan pajak terutang hanya berdasarkan estimasi keuntungan yang diperoleh oleh pemilik *showroom "M"* yang tidak mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Sejak tahun 2010 hingga 2013 pemilik *showroom "M"* membayar PPh orang pribadi usahawan menggunakan norma perhitungan penghasilan neto, sedangkan sejak tahun 2014 hingga

2015 pemilik *showroom* "M" menggunakan Peraturan Pemerintah nomor 46 tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.

Menurut regulasi perpajakan yang ada, pengusaha yang memiliki *omzet* diatas Rp. 4.800.000.000 per tahun seharusnya mengukuhkan diri menjadi pengusaha kena pajak (PKP) dan memungut pajak pertambahan nilai (PPN) dalam tiap transaksi penjualannya. Perhitungan pajak pertambahan nilai (PPN) bagi pengusaha kendaraan bermotor bekas tidak menggunakan perhitungan pajak pertambahan nilai (PPN) konvensional melainkan merujuk pada PMK No.79/PMK.03/2010 tentang Pedoman Penghitungan Pengkreditan Pajak Masukan Bagi Pengusaha Kena Pajak Yang Melakukan Kegiatan Usaha Tertentu yakni pengenaan pajak pertambahan nilai atas kegiatan penyerahan kendaraan bermotor bekas secara eceran dimana pajak masukan menggunakan pedoman estimasi sebesar 90% dari pajak keluaran dan tidak memperhatikan pajak masukan *riil* yang diperoleh.

Pihak *showroom* "M" juga belum mengukuhkan diri sebagai pengusaha kena pajak (PKP) sesuai dengan pasal 15 PER-20/PJ/2013 tentang tata cara pendaftaran dan pemberian nomor pokok wajib pajak, Pelaporan usaha dan pengukuhan pengusaha kena pajak, Penghapusan nomor pokok wajib pajak dan pencabutan pengukuhan Pengusaha kena pajak, serta perubahan data dan pemindahan wajib pajak dalam melakukan kewajiban perpajakan dengan membayar dan melaporkan pajak penghasilan (PPh) badan yang seharusnya dibayarkan setiap

tahunnya dengan benar sesuai dengan regulasi yang ada dan juga belum melakukan pemotongan pajak penghasilan (PPh) 21 untuk para karyawannya. Selain itu selama ini pihak *showroom* “M” masih menggunakan pencatatan dan belum melakukan pembukuan sesuai dengan yang telah diatur melalui Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan (KUP).

Berdasarkan latar belakang di atas topik ini menarik untuk diangkat karena pertumbuhan penjualan mobil di Indonesia dari tahun ke tahun terus menanjak dan juga pengguna internet aktif yang terus meningkat membuat penjualan mobil saat ini tidak hanya melalui cara-cara konvensional saja namun juga sudah melalui media *online*. Hal menarik lain ialah saat ini ada beberapa *showroom* pesaing yang melakukan penjualan baik secara *online* maupun konvensional sama seperti dengan yang dilakukan oleh *showroom* “M”, selain itu Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan aspek perpajakan antara perdagangan *online* maupun konvensional yang diatur dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* (Panduarsa, 2014). Adanya peraturan khusus yang mengatur mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN) penyerahan kendaraan bermotor secara eceran juga membuat kasus ini menjadi semakin menarik sehingga *showroom* “M” tidak mengikuti peraturan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang diatur umum.

Dari paparan diatas, maka fokus pembahasan skripsi ini adalah sebagai pengusaha yang membuka usaha *showroom* “M” seharusnya:

- a. Mengukuhkan diri sebagai pengusaha kena pajak jika *omzet* sudah melebihi Rp. 4.800.000.000 atau jika ingin menjadi rekanan pemerintah
- b. Melakukan perhitungan, pemungutan, pembayaran dan pelaporan pajak pertambahan nilai (PPN) sesuai dengan PMK No. 79/PMK.03/2010 tentang Pedoman Penghitungan Pengkreditan Pajak Masukan Bagi Pengusaha Kena Pajak Yang Melakukan Kegiatan Usaha Tertentu
- c. Melakukan perhitungan, pemungutan, pembayaran dan pelaporan pajak penghasilan pasal 21 (PPh 21) untuk karyawan
- d. Melakukan perhitungan, pembayaran dan pelaporan pajak penghasilan badan (PPh badan)

Oleh karena itu judul yang diajukan adalah “Perencanaan PPh dan PPN atas Penyerahan Mobil Bekas Secara Konvensional dan *Online* (Studi Kasus *Showroom* “M” di Surabaya).

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas penyerahan mobil bekas di *showroom* “M” yang melakukan penjualan secara konvensional dan *online* berdasarkan regulasi yang ada?
2. Bagaimana implementasi Pajak Penghasilan pasal 21 (PPh 21) dan Pajak Penghasilan Badan (PPh Badan) di *showroom* “M” berdasarkan regulasi yang ada?
3. Bagaimana *Tax Planning* yang sesuai bagi *showroom* “M”?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengimplementasikan regulasi dalam praktek terkait Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas penyerahan mobil bekas di *showroom* “M” yang melakukan penjualan secara konvensional dan *online*.
2. Mengimplementasikan regulasi dalam praktek terkait Pajak Penghasilan (PPh) pasal 21 maupun badan di *showroom* “M”.
3. Merancang *Tax Planning* yang tepat bagi *showroom* “M”.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian pada *showroom* “M” ini diharapkan dapat memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini memiliki manfaat akademis sebagai syarat kelulusan bagi peneliti selain itu penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan dan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada para pengusaha *showroom* mengenai perlakuan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan (PPh) 21 dan Pajak Penghasilan Badan (PPh) badan yang seharusnya dilaksanakan sesuai dengan regulasi perpajakan yang berlaku di Indonesia.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini akan terbagi menjadi 5 bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

##### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Dalam bab 1 ini akan dijelaskan mengenai alasan atau latar belakang dilakukan penelitian, selain itu dalam bab ini juga menjelaskan tentang perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini juga akan

memberikan gambaran manfaat yang akan di dapat ketika melakukan penelitian ini serta menjelaskan sistematika penulisan penelitian.

## **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab 2 ini akan dijelaskan tentang penelitian terdahulu yang telah ada maupun landasan teori yang digunakan sebagai acuan. Selain itu dalam bab ini juga akan dijelaskan mengenai pengembangan hipotesis dan model analisis yang dilakukan dalam penelitian ini.

## **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Dalam bab 3 ini akan dijelaskan mengenai desain penelitian, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu bab ini akan menjelaskan mengenai alat dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini.

## **BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab 4 ini akan dijelaskan karakteristik objek penelitian, deskripsi data dan analisis data yang dilakukan setelah mendapatkan informasi yang lengkap saat melakukan penelitian dalam jangka waktu tertentu.

## **BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Dalam bab 5 ini akan dijelaskan mengenai simpulan yang di dapat setelah melakukan penelitian dalam jangka waktu tertentu. Selain itu dalam bab ini juga akan dibahas mengenai keterbatasan penelitian dan saran yang bermanfaat bagi objek penelitian di masa depan.