

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pajak

Menurut Undang Undang Nomor 16 Tahun 2009 Pajak adalah kontribusi wajib kepada kas negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Mardiasmo (2019) ada satu definisi pajak yang dikemukakan oleh ahli. Definisi pajak tersebut yang dikemukakan oleh Prof.Dr.Rochmat Soemitro,S.H., yaitu iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki beberapa unsur-unsur :

1. Iuran dari rakyat kepada negara

Yang berhak memungut pajak hanyalah negara. Iuran tersebut berupa uang (bukan barang).

2. Berdasarkan undang-undang

Pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan undang-undang serta aturan pelaksanaannya.

3. Tanpa jasa timbal atau kontraprestasi dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayarannya pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.

4. Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara, yakni pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

2.2 Fungsi Pajak

Menurut Mardiasmo (2019:4) bahwa ada beberapa fungsi pajak, yakni sebagai berikut :

1) Fungsi Anggaran (*Budgetir*)

Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

2) Fungsi Mengatur(*Regulerend*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang social dan ekonomi.

Contoh:

- a. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras.
- b. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang-barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif.

3) Fungsi Stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakannya yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan. Hal ini bisa dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

4) Fungsi Retribusi Pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan

sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

2.3 Penggolongan Pajak

Menurut Mardiasmo (2019:2) bahwa dikelompokkan menjadi 3 kelompok besar menurut golongan, sifat, dan lembaga pemungutnya. Berikut ini adalah pengelompokan pajak :

a. Menurut golongannya

- 1) Pajak langsung, yaitu pajak yang harus dipikul sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dibebankan atau dilimpahnya kepada orang lain. Contoh : Pajak Penghasilan.
- 2) Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain. Contoh : Pajak Pertambahan Nilai.

b. Menurut Sifatnya

- 1) Pajak Subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam art memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contoh : Pajak Penghasilan.
- 2) Pajak Objektif, yaitu pajak yang berpangkal pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak. Contoh : Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

c. Menurut Lembaga pajak pusat

- 1) Pajak Pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat dan digunakan membiayai rumah tangga Negara. Contoh : Pajak Penghasilan (Pph), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan Bea Materai.

- 2) Pajak Daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah.

2.4 Tarif Pajak

Menurut Mardiasmo (2019) untuk menghitung besarnya pajak yang terutang diperlukan dua unsur, yaitu tarif pajak dan dasar pengenaan pajak. Tarif pajak dapat berupa angka atau persentase tertentu. Jenis tarif pajak dibedakan menjadi tarif tetap, tarif *proporsional* (sebanding), tarif *progresif* (meningkat), dan tarif *degresif* (menurun).

1. Tarif Tetap adalah berupa jumlah atau angka yang tetap, berupa pun besarnya dasar pengenaan pajak. Di Indonesia, tarif tetap diterapkan pada Bea Materai. Pembayaran menggunakan cek atau bilyet giro untuk berapa pun jumlahnya dikenakan pajak sebesar Rp 6.000. Bea Materai juga dikenakan atas dokumen-dokumen atau surat perjanjian tertentu yang ditetapkan dalam peraturan tentang Bea Materai.
2. Tarif *Proporsional* (sebanding) adalah tarif berupa persentase tertentu yang sifatnya tetap terhadap berapa pun dasar pengenaan pajaknya. Makin besar dasar pengenaan pajak, makin besar pula jumlah pajak yang terutang dengan kenaikan secara proporsional atau sebanding.

Di Indonesia, tarif *proporsional* diterapkan pada PPN (tarif 10%), PPh pasal 26 (tarif 20%), PPh pasal 23 (tarif 15% dan 2% untuk jasa lain), PPh wajib pajak badan dalam negeri, dan BUT (tarif pasal 17 ayat (1) b atau 28% untuk tahun 2009 serta 25% untuk tahun 2010, dan seterusnya), dan sebagainya.

3. Tarif *Progresif* (meningkat) adalah tarif berupa persentase tertentu yang semakin meningkat dengan semakin meningkatnya dasar pengenaan pajak. Tarif *progresif* dibedakan menjadi tiga, yaitu:
 - a. Tarif *Progresif-Proporsional*, tarif berupa persentase tertentu yang makin meningkat dengan meningkatnya dasar pengenaan pajak dan kenaikan persentase tersebut adalah tetap. Tarif ini diterapkan untuk menghitung Pph.
 - b. Tarif *Progresif-Progresif*, tarif berupa persentase tertentu yang makin meningkat dengan meningkatnya dasar pengenaan pajak dan kenaikan persentase tersebut juga makin meningkat. Tarif ini diterapkan untuk menghitung Pajak Penghasilan tetapi hanya untuk wajib pajak badan dan bentuk usaha tetap.
 - c. Tarif *Progresif-Degresif*, tarif berupa persentase tertentu yang semakin meningkat dengan meningkatnya dasar pengenaan pajak, tetapi kenaikan persentase tersebut semakin menurun.
4. Tarif *Degresif* (menurun), tarif berupa persentase tertentu yang makin menurun dengan makin meningkatnya dasar pengenaan pajak.

2.5 Pengertian Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Pohan (2016:22) menyatakan pajak pertambahan nilai adalah pajak yang dikenakan atas setiap pertambahan nilai dari barang atau jasa dalam peredarannya dari produsen ke konsumen. Dalam bahasa Inggris PPN disebut *Value Added Tax (VAT)* atau *Goods and Services Tax (GST)*. PPN termasuk jenis pajak tidak langsung, maksudnya pajak tersebut disetor oleh pihak lain, (pedagang) yang bukan penanggung pajak atau dengan kata lain, penanggung pajak (konsumen akhir) tidak menyetorkan langsung pajak yang ia tanggung.

Berdasarkan penjelasan UU No.42 Tahun 2009 Tentang Perubahan Ketiga atas UU NO 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, pada bagian umum, Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi. Menurut Waluyo (2011:9) menyatakan bahwa pajak pertambahan nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan atas konsumsi di dalam negeri (didalam Daerah Pabean), baik konsumsi barang maupun konsumsi jasa.

Menurut Mardiasmo (2019:351) menyatakan bahwa apabila dilihat dari sejarahnya, pajak pertambahan nilai merupakan pengganti dari Pajak Penjualan. Alasan pengertian ini karena pajak penjualan dirasa sudah tidak lagi memadai untuk menampung kegiatan masyarakat dan belum tercapai sasaran kebutuhan pembangunan, antara lain untuk meningkatkan penerimaan Negara, mendorong ekspor, dan pemerataan pembebanan pajak.

Pengertian yang sudah dijelaskan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak yang timbul dikarenakan adanya transaksi penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak didalam Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat. Penjualan adalah sumber pendapatan perusahaan yang diperoleh dari banyaknya barang yang terjual dalam jangka waktu tertentu (Suprpto Hery, 2019). Sedangkan Pembelian BKP adalah pembelian barang yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang (Pohan, 2016).

a) Karakteristik Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Waluyo (2009:4) Sebagai Pajak yang dikenakan terhadap kegiatan konsumsi, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) memiliki beberapa karakteristik.

1. PPN merupakan Pajak Tidak langsung

Secara ekonomis beban Pajak Pertambahan Nilai dapat dialihkan kepada pihak lain. Tanggung jawab pembayaran pajak yang terutang berada pada pihak yang menyerahkan barang atau jasa, akan tetapi pihak yang menanggung beban pajak berada pada penanggung pajak (pihak yang memikul pajak).

2. PPN merupakan Pajak Objektif

Timbulnya kewajiban membayar pajak sangat ditentukan oleh adanya objek pajak. Kondisi subjektif subjek pajak tidak dipertimbangkan.

3. *Multi-Stage Tax*

PPN dikenakan secara bertahap pada setiap mata rantai jalur produksi dan distribusi.

4. Non-Kumulatif

PPN tidak bersifat kumulatif, karena PPN mengenal adanya mekanisme pengkreditan pajak masukan. Oleh karena itu, PPN yang dibayar bukan merupakan unsur harga pokok barang atau jasa.

5. *Single Tarif* (Tarif Tunggal)

PPN Indonesia hanya mengenal satu jenis tarif yaitu 10% (sepuluh persen) untuk penyerahan dalam negeri dan 0% (nol persen) untuk ekspor barang kena pajak.

6. *Credit Method/ Invoice Method/ Indirect Substruction Method*

Metode ini mengandung pengertian bahwa pajak yang terutang diperoleh dari hasil pengurangan pajak yang dipungut atau pajak keluaran dengan pajak yang dibayar atau disebut pajak masukan.

7. Pajak atas konsumsi dalam negeri

Atas impor BKP dikenakan PPN sedangkan atas BKP tidak dikenakan PPN, prinsip ini menggunakan prinsip tempat tujuan yaitu pajak dikenakan ditempat barang atau jasa akan dikonsumsi.

8. *Consumtion Type Value Added Tax*

Dalam PPN Indonesia, Pajak Masukan atas pembelian dan pemeliharaan barang modal dapat dikreditkan dengan Pajak Keluaran yang dipungut atas penyerahan BKP dan atau JKP.

b) Objek Pertambahan Nilai

Menurut Mardiasmo (2019:363) Objek Pajak Pertambahan Nilai dikenakan atas:

1. Penyerahan BKP di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh Pengusaha.

Syarat- syaratnya adalah:

- a. Barang berwujud yang diserahkan merupakan BKP.
- b. Barang tidak berwujud yang diserahkan merupakan BKP Tidak Berwujud.
- c. Penyerahan dilakukan di dalam Daerah Pabean.
- d. Penyerahan dilakukan dalam rangka kegiatan usaha atau pekerjaanya.

2. Impor BKP.

3. Penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh Pengusaha, Syarat-syaratnya adalah:

- a. Jasa yang diserahkan merupakan JKP.
- b. Penyerahan dilakukan di dalam Daerah Pabean.
- c. Penyerahan dilakukan dalam rangka kegiatan usaha atau pekerjaanya.

4. Pemanfaatan BKP Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean.

5. Pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean.

6. Ekspor BKP Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak.

7. Ekspor BKP Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak.
8. Kegiatan membangun sendiri yang dilakukan tidak dalam kegiatan usaha atau pekerjaan oleh orang pribadi atau badan yang hasilnya digunakan sendiri atau digunakan pihak lain.
9. Penyerahan BKP berupa aktiva yang menurut tujuan semula tidak untuk diperjualbelikan oleh PKP, kecuali atas penyerahan aktiva yang Pajak Masukannya tidak dapat dikreditkan.
 - a) Barang Kena Pajak (BKP)

Semua barang pada prinsipnya merupakan Barang Kena Pajak (dikenakan PPN) kecuali yang ditentukan lain oleh Undang-Undang Nomor PPN itu sendiri. Menurut pasal 1 angka 3, Barang Kena Pajak adalah barang yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang ini (UU No. 42 Tahun 2009). Barang Kena Pajak tersebut terdiri dari barang berwujud (bergerak dan tidak bergerak) dan barang tidak berwujud.

- b) Barang tidak kena Pajak (Non BKP)

Sebagaimana yang telah diterangkan diatas, pada dasarnya semua barang dikenai PPN, kecuali barang-barang tertentu yang disebutkan dalam UU PPN ini, barang yang tidak dikenai PPN sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4A ayat 2 UU PPN 2009 didasarkan atas kelompok-kelompok barang sebagai berikut :

- a. Barang hasil pertambangan atau hasil pengeboran yang diambil langsung dari sumbernya. Sesuai dengan penjelasan pasal 4A ayat (2) UU PPN 2009 huruf a, yang dimaksud dengan barang hasil pertambangan dan hasil pengeboran yang diambil langsung dari sumbernya seperti:

- 1) Minyak mentah (*crude oil*)

- 2) Gas bumi, tidak termasuk gas bumi seperti elpiji yang siap dikonsumsi langsung oleh masyarakat
 - 3) Panas bumi
 - 4) Asbes, batu tulis, batu setengah permata, batu kapur, batu apung, batu permata, bentonit, dolomit, felspar (*feldspar*), garam batu (*halite*), grafit, granit/andesit, gips, kalsit, kaolin, leusit, magnesit, mika, marmar, nitrat, opsidien, oker, pasir dan kerikil, pasir kuarsa, perlit, fosfat (*phospat*), talk, tanah serap (*fullers earth*), tanah diatome, tanah liat, tawas (alum), tras, yarosif, zeolit, basal, dan trakkit
 - 5) Batubara sebelum diproses menjadi briket batubara
 - 6) Bijih besi, bijih timah, bijih emas, bijih tembaga, bijih nikel, dan bijih perak serta bijih bauksit.
- b. Barang-barang kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh rakyat banyak. Seperti:
- 1) Beras
 - 2) Gabah yaitu segala jenis beras dan gabah, seperti beras putih, beras merah, beras hitam, atau beras ketan putih, sepanjang berbentuk sebagai berikut:
 - a. Beras berkulit (padi atau gabah) selain untuk benih
 - b. Beras dan gabah yang digiling
 - c. Beras setengah giling atau digiling seluruhnya, disosoh, dikilapkan maupun tidak
 - d. Beras pecah
 - e. Menir (*groats*) dari beras
- c) Jagung

Yaitu segala jenis jagung, seperti jagung putih, jagung kuning, jagung kuning kemerahan atau *popcorn* (jagung brondong), sepanjang berbentuk sebagai berikut: Jagung yang telah dikupas/jagung tongkol dan biji jagung/jagung pipilan, Menir (*groats*) /beras jagung, sepanjang masih dalam bentuk butiran

d) Sagu

Yang berbentuk:

1. Empulur sagu
2. Tepung, tepung kasar dan bubuk dari sagu

e) Kedelai

Yaitu segala jenis kedelai, seperti kedelai putih, kedelai hijau, kedelai kuning atau kedelai hitam, sepanjang berbentuk kacang kedelai pecah atau utuh

f) Garam, baik yang beriodium maupun yang tidak beriodium, baik yang berbentuk curah maupun briket.

g) Daging, yaitu daging segar yang tanpa diolah, tetapi telah melalui proses disembelih, dikuliti, dipotong, didinginkan, dibekukan, dikemas atau tidak dikemas, digarami, dikapur, diasamkan, diawetkan dengan cara lain, dan/atau direbus.

h) Telur, yaitu telur yang tidak diolah, termasuk telur yang dibersihkan, diasinkan, atau dikemas.

i) Susu, yaitu susu perah baik yang telah melalui proses didinginkan maupun dipanaskan, tidak mengandung tambahan gula atau bahan lainnya, dan/atau dikemas atau tidak dikemas.

- j) Buah-buahan, yaitu buah-buahan segar yang dipetik, baik yang telah melalui proses dicuci, disortasi, dikupas, dipotong, diiris, di-grading, dan/atau dikemas atau tidak dikemas.
- k) Sayur-sayuran, yaitu sayuran segar yang dipetik, dicuci, ditiriskan, dan/atau disimpan pada suhu rendah, termasuk sayuran segar yang dicacah.
- l) Makanan dan minuman yang disajikan di hotel, restoran, rumah makan, warung, dan sejenisnya, meliputi makanan dan minuman baik yang dikonsumsi di tempat maupun tidak, termasuk makanan dan minuman yang diserahkan oleh usaha jasa boga atau catering. Pengecualian untuk kelompok ini ditujukan untuk menghindari pajak berganda, karena sudah merupakan objek pengenaan Pajak Daerah.
- m) Uang, emas batangan, dan surat-surat berharga.

2.6 Dasar Pengenaan Pajak (DPP)

Menurut Undang-undang Nomor 42 Tahun 2009, Dasar Pengenaan Pajak (DPP) adalah jumlah harga jual atau penggantian atau nilai impor atau nilai ekspor atau nilai lain yang ditetapkan dengan keputusan menteri keuangan yang dipakai sebagai dasar untuk menghitung pajak yang terutang.

Berdasarkan Mardiasmo (2019:365) yang mengacu pada Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai bahwa Dasar Pengenaan Pajak adalah dasar yang dipakai untuk menghitung besarnya Pajak PPN yaitu:

1. Harga Jual

Harga Jual adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh penjual karena penyerahan BKP, tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai yang dipungut menurut UU PPN 1984 dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.

2. Penggantian

Penggantian adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh pengusaha karena penyerahan JKP, ekspor JKP, atau ekspor BKP Tidak Berwujud, tetapi tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai yang dipungut menurut Undang-undang PPN 1984 dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak atau nilai berupa uang yang dibayar atau seharusnya dibayar oleh penerima Jasa karena pemanfaatan JKP dan/atau oleh penerima manfaat BKP Tidak Berwujud karena pemanfaatan BKP Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean.

3. Nilai Impor

Nilai Impor adalah nilai berupa uang yang menjadi dasar perhitungan bea masuk ditambah pungutan berdasarkan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai kepabeanan dan cukai untuk impor BKP, tidak termasuk PPN dan PPnBM yang dipungut menurut Undang-undang PPN 1984.

4. Nilai Ekspor

Nilai Ekspor adalah nilai berupa uang, termasuk biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh eksportir.

5. Nilai lain yang diatur dengan Peraturan Menteri Keuangan.

a. Tarif Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Mardiasmo (2019:367) dalam bukunya Tarif PPN yang berlaku saat ini adalah 10%, sedangkan Tarif PPN sebesar 0% diterapkan atas:

- a. Ekspor BKP Berwujud
- b. Ekspor BKP Tidak Berwujud

c. Ekspor JKP

Pengenaan tarif 0% tidak berarti pembebasan dari pengenaan Pajak Pertambahan Nilai. Dengan demikian, Pajak Masukan yang telah dibayar untuk perolehan BKP/JKP yang berkaitan dengan kegiatan tersebut dapat dikreditkan.

Berdasarkan pertimbangan perkembangan sekonom dan/atau peningkatan kebutuhan dana untuk pembangunan, Pemerintah diberi wewenang mengubah tarif Pajak Pertambahan Nilai menjadi paling rendah 5% dan paling tinggi 15 % dengan tetap memakai prinsip tarif tunggal. Perubahan tarif sebagaimana dimaksud dalam rangka pembahasan dan penyusunan Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara.

b. Cara Menghitung PPN

Menurut Mardiasmo (2019) Cara menghitung PPN adalah sebagai berikut:

PPN: Dasar Pengenaan Pajak X Tarif Pajak

Ket:

DPP : jumlah harga jual atau penggantian atau nilai impor atau nilai ekspor atau nilai lain yang ditetapkan dengan keputusan menteri keuangan yang dipakai sebagai dasar untuk menghitung pajak yang terutang.

Tarif Pajak : berupa jumlah atau angka yang tetap, berupa pun besarnya dasar pengenaan pajak.

Berdasarkan Mardiasmo (2011:291) dijelaskan contoh menghitung Pajak Pertambahan Nilai sebagai berikut :

Selama bulan takwim (bulan menurut kalender) terjadi kegiatan usaha sebagai berikut:

- 1) Membeli bahan baku dan lain-lain dari pabrikan Rp 100.000.000,00
- 2) Menyerahkan hasil produksi dengan harga jual Rp 60.000.000
- 3) Pajak masukan yang dipungut oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP) lain adalah sebesar: $10\% \times \text{Rp } 100.000.000 = \text{Rp } 10.000.000$
- 4) Pajak keluaran yang harus dipungut: $10\% \times \text{Rp } 60.000.000 = \text{Rp } 6.000.000$
- 5) PPN yang lebih dibayar dalam masa pajak yang bersangkutan: $\text{Rp } 10.000.000 - \text{Rp } 6.000.000 = \text{Rp } 4.000.000$

Kelebihan tersebut dapat dikompensasi pada masa pajak berikutnya atau dapat diminta kembali (restitusi). Apabila dalam suatu masa pajak, pajak keluaran lebih besar dari pajak masukan, maka selisihnya merupakan pajak yang harus disetor ke kas Negara oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP) (Mardiasmo,2011:291).

Sedangkan Rumus Menghitung PPN Terutang yaitu (Sumarsan,2012:183):

$$\text{PPN Terutang} = \text{PK} - \text{PM}$$

Ket:

PPN Terutang = PPN yang harus dibayar jika jumlah PK lebih besar dari jumlah PM, sebaliknya jika PM lebih besar maka perusahaan bisa mengkompensasikan ke masa berikutnya

PK = Total Pajak Keluaran selama 1 bulan

PM = Total Pajak Masukan yang dikreditkan selama 1 Bulan

c. Pajak Masukan Yang Dapat Dikreditkan

Pajak Masukan yang dapat dikreditkan menurut Undang-Undang No 42 Tahun 2009 yaitu:

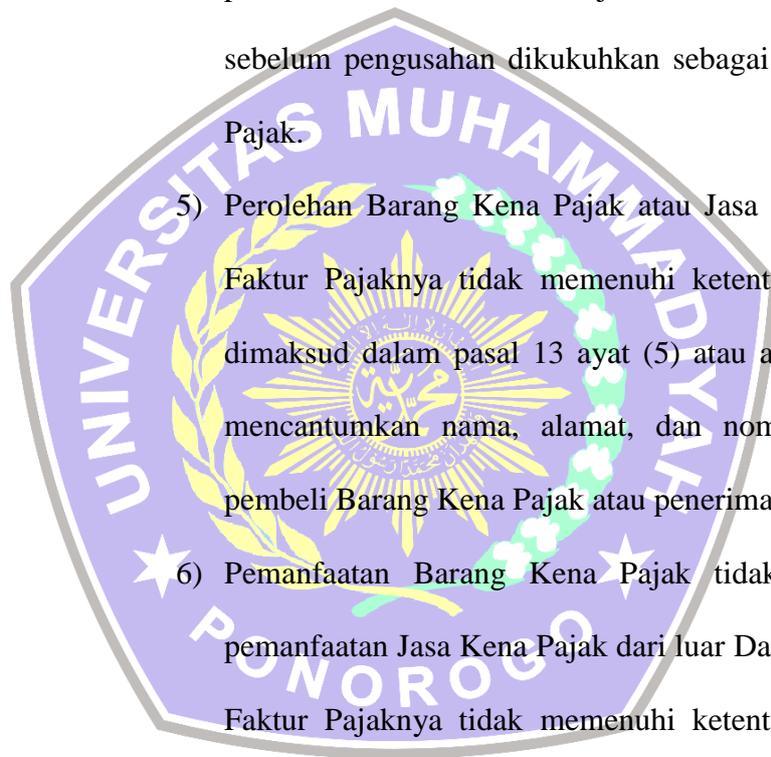
- 1) Pengkreditan Pajak Masukan oleh Pengusaha Kena Pajak yang masih dalam tahap belum produksi terbatas Pajak Masukan yang berasal dari perolehan atau impor barang modal (pasal 9 ayat (2a).
- 2) Dalam pasal 9 ayat 14 Pengkreditan Pajak Masukan atas Barang Kena Pajak yang dialihkan dalam rangka restrukturisasi usaha, maka Pajak Masukan atas Barang Kena Pajak yang dialihkan yang belum dikreditkan oleh Pengusaha Kena Pajak yang menerima pengalihan dapat dikreditkan oleh Pengusaha Kena Pajak yang menerima pengalihan sepanjang Faktur Pajaknya diterima setelah terjadinya pengalihan dan Pajak Masukan tersebut belum dibebankan sebagai biaya.

d. Pajak Masukan Yang Tidak Dapat Dikreditkan

Menurut Undang-Undang PPN Nomor 42 Tahun 2009 Perolehan yang dapat dikreditkan sebagai Pajak Masukan yaitu:

- 1) Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak sebelum pengusaha dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak.

- 2) Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang tidak mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan usaha.
- 3) Perolehan dan pemeliharaan kendaraan bermotor berupa sedan dan station wagon, kecuali merupakan barang dagangan atau disewakan.
- 4) Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud atau pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean sebelum pengusahaan dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak.
- 5) Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang Faktur Pajaknya tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 13 ayat (5) atau ayat (9) atau tidak mencantumkan nama, alamat, dan nomor Wajib Pajak pembeli Barang Kena Pajak atau penerima Jasa Kena Pajak.
- 6) Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud atau pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean yang Faktur Pajaknya tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 13 ayat (6).
- 7) Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang Pajak Masukannya ditagih dengan penerbitan ketetapan pajak.
- 8) Perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang Pajak Masukannya tidak dilaporkan dalam Surat



Pemberitahuan Masa Pajak Pertambahan Nilai, yang ditemukan pada waktu dilakukan pemeriksaan.

- 9) Perolehan Barang Kena Pajak selain barang modal atau Jasa Kena Pajak sebelum Pengusaha Kena Pajak memproduksi sebagaimana dimaksud pada butir 2.

e. Fungsi Faktur Pajak

Menurut Waluyo (2011:83) Faktur Pajak mempunyai fungsi yaitu:

- a) Sebagai bukti pungut PPN yang dibuat oleh Pengusaha Kena Pajak atau Direktorat Jenderal Bea dan Cukai
- b) Sebagai bukti pembayaran PPN yang telah dilakukan oleh pembeli Barang Kena Pajak atau Penerima Jasa Kena Pajak kepada Pengusaha Pajak atau Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.
- c) Sebagai sarana pengawasan administrasi terhadap kewajiban perpajakan.

2.7 Perencanaan Pajak (*Tax Planning*)

a) Pengertian Perencanaan Pajak

Menurut Suandy (2016:7) Perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Pada umumnya, penekanan perencanaan pajak (*tax planning*) adalah untuk meminimumkan kewajiban pajak. Strategi penghematan pajak disusun pada saat perencanaan. Perencanaan pajak merupakan upaya legal yang bisa dilakukan oleh wajib pajak. Tindakan tersebut legal karena

penghematan pajak hanya dilakukan dengan memanfaatkan hal-hal yang tidak diatur.

Secara umum *tax planning* didefinisikan sebagai proses mengorganisasikan usaha wajib pajak atau kelompok wajib pajak sedemikian rupa sehingga hutang pajaknya baik pajak pertambahan nilai terutang maupun pajak-pajak lainnya berada dalam posisi yang minimal, sepanjang hal ini dimungkinkan oleh ketentuan peraturan perundang undangan yang berlaku.

b) Tujuan dan Manfaat Perencanaan Pajak

Menurut Suandy (2016:8), tujuan dari perencanaan pajak adalah meniyasati agar beban pajak dapat ditekan serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada untuk memaksimalkan penghasilan setelah pajak, karena pajak merupakan unsur untuk dibagikan kepada pemegang saham maupun untuk di investasikan kembali.

Manfaat perencanaan pajak itu sendiri diantaranya yaitu :

- a. Penghematan kas keluar, karena pajak merupakan unsur biaya yang dapat dikurangi.
- b. Mengatur aliran kas, karena dengan perencanaan pajak yang matang dapat diestimasi kebutuhan kas untuk pajak dan menentukan saat pembayaran sehingga perusahaan dapat menyusun anggaran kas yang lebih akurat.

c) Jenis-Jenis Perencanaan Pajak

Menurut Suandy (2016: 159) perencanaan pajak (*tax planning*) dapat dibagi menjadi dua sebagai berikut:

a) Perencanaan pajak nasional (*national tax planning*)

Yaitu perencanaan yang dilakukan berdasarkan undang-undang domestik. Dalam perencanaan pajak nasional pemilihan atas dilaksanakan

atau tidak suatu transaksi hanya bergantung terhadap transaksi tersebut. Artinya untuk menghindari/mengurangi pajak, wajib pajak dapat memilih jenis transaksi apa yang harus dilaksanakan sesuai dengan hukum pajak yang ada misalnya akan terkena tarif pajak khusus final atau tidak.

b) Perencanaan pajak internasional (*international tax planning*)

Yaitu perencanaan pajak yang dilakukan berdasarkan undang-undang domestik dan juga harus memperhatikan perjanjian pajak (*tax treaty*) dan undang-undang dari negara-negara yang terlibat. Dalam perencanaan pajak internasional yang dipilih adalah negara (yuridiksi) mana yang akan digunakan untuk suatu transaksi.

d) Bentuk – Bentuk Perencanaan Pajak

Menurut Suandy (2016:119) menyebutkan bentuk-bentuk perencanaan pajak yang terdiri atas :

1. Mengambil keuntungan dari berbagai pilihan bentuk badan hukum (*legal entity*) yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan jenis usaha. Bila dilihat dari perspektif perpajakan kadang pemilihan bentuk badan hukum (*legal entities*) bentuk perseorangan, firma dan kongsi (*partnership*) adalah bentuk yang lebih menguntungkan dibanding perseroan terbatas yang pemegang sahamnya perorangan atau badan tetapi kurang 25%, akan mengakibatkan pajak atas penghasilan perseroan dikenakan dua kali yakni pada saat penghasilan diperoleh oleh pihak perseroan dan pada saat penghasilan dibagikan sebagai dividen kepada pemegang saham perseorangan atau badan yang kurang dari 25%.
2. Memilih lokasi perusahaan yang akan didirikan. Umumnya pemerintah memberikan semacam insentif pajak/fasilitas perpajakan khususnya untuk daerah tertentu, banyak pengurangan pajak penghasilan yang diberikan sebagaimana

dimaksud dalam pasal 26 undang-undang No.17 Tahun 2000. disamping itu juga diberikan fasilitas seperti peyusutan dan amortisasi yang dipercepat, kompensasi kerugian yang lebih lama. Misalnya: perusahaan memperluas usahanya dengan mendirikan perusahaan baru didaerah terpencil di Indonesia bagian Timur. Oleh karena daerah tersebut memiliki potensi ekonomi yang layak dikembangkan namun sulit dijangkau, maka pemerintah memberikan beberapa keringanan dalam pajak seperti izin untuk mengurangi natura dan kenikmatan (*fringe benefit*) dari penghasilan bruto seperti yang diatur dalam SE-29/Pj.4/1995 Tanggal 5 Juni 1995.

3. Mengambil keuntungan sebesar-besarnya atau semaksimal mungkin dari berbagai pengecualian, potongan atau pengurangan atas penghasilan kena pajak yang diperbolehkan oleh undang-undang.
4. Mendirikan perusahaan dalam satu jalur usaha (*corporate company*) sehingga diatur mengenai penggunaan tarif pajak yang paling menguntungkan antara masing-masing badan usaha (*business entity*). Hal ini bisa dilakukan mengingat bahwa banyak negara termasuk Indonesia mengatur bahwa pembagian dividen antar corporate (*inter corporate dividend*) tidak dikenakan pajak.
5. Mendirikan perusahaan ada yang sebagai *profit center* dan ada yang hanya berfungsi sebagai *cost center*. Dari hal tersebut dapat diperoleh manfaat dengan cara menyebarkan penghasilan menjadi pendapatan dari beberapa wajib pajak didalam satu grup begitu juga terhadap biaya sehingga dapat diperoleh keuntungan atas pergeseran pajak (*tax shifting*) yakni menghindari tarif paling tinggi/maksimum.

e) Tahapan dalam Perencanaan Pajak

Menurut Suandy (2016:15) agar perencanaan pajak dapat berhasil sesuai yang diharapkan, maka rencana itu seharusnya dilakukan melalui berbagai urutan tahapan yaitu:

1. Menganalisis informasi yang ada
2. Membuat satu model atau lebih rencana kemungkinan besarnya pajak
3. Mengevaluasi pelaksanaan rencana pajak
4. Mencari kelemahan dan kemudian memperbaiki kembali rencana pajak
5. Memutakhirkan rencana pajak

f) Perencanaan Pajak Untuk Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Suandy (2016:153) Perencanaan Pajak Petambahan Nilai (PPN) dapat dilakukan sebagai berikut.

1. Memaksimalkan PPN masukan yang dapat dikreditkan; perusahaan sebaiknya memperoleh Barang Kena Pajak (BKP)/ Jasa Kena Pajak (JKP) dari Pengusaha kena Pajak (PKP), supaya pajak masukannya dapat dikreditkan. Perusahaan perlu mengamati dengan cermat jangan sampai terdapat pajak masukan yang belum dikreditkan lagi.
2. Dalam hal penjualan BKP/JKP yang pembayarannya belum diterima, pembuatan faktur pajak bisa ditunda sampai akhir bulan berikutnya setelah penyerahan Barang Kena Pajak/Jasa Kena Pajak.

PPN dikenakan atas:

1. penyerahan BKP/JKP yang dilakukan oleh PKP;
2. impor BKP;
3. pemanfaatan BKP tidak berwujud/JKP luar daerah pabean di dalam daerah pabean;

4. ekspor BKP oleh PKP.

Pajak Masukan yang dapat dikreditkan adalah pajak masukan yang berubungan langsung dengan produksi, distribusi, pemasaran, dan manajemen atas BKP/JKP dan faktur pajaknya adalah faktur pajak standar atau dokumen yang disamakan dengan faktur pajak standar.

Pajak masukan yang tidak dapat dikreditkan apabila:

1. perusahaan sebelum dikukuhkan menjadi BKP;
2. faktur pajak sederhana;
3. faktur pajak cacat;
4. tidak diisi lengkap dan terdapat coretan atau hapusan;
5. pajak masukan atas pembelian mobil sedan, *jeep, station wagon, van* dan *combi*;
6. pajak masukan berkaitan dengan produksi BKP/JKP;
7. pajak masukan yang tidak ada kaitannya secara langsung dengan kegiatan usaha atas BKP;
8. pajak masukan yang dilaporkan pada SPT Masa PPN, yang diketemukan pada saat pemeriksaan/ yang ditagih melalui SKP.

Pajak masukan yang belum dikreditkan dengan pajak keluaran pada masa pajak yang sama dapat dikreditkan pada masa pajak berikutnya selambat-lambatnya pada bulan ketiga setelah berakhirnya tahun buku yang bersangkutan, sepanjang belum dibebankan sebagai biaya dan belum dilakukan pemeriksaan.

2.8 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. 22 Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan

dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, maka definisi dari masing-masing usaha adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha dengan kekayaan bersih kurang dari 50 juta rupiah atau menghasilkan penjualan kurang dari 300 juta rupiah selama satu tahun.
- b. Usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan antara 50 sampai 500 juta rupiah atau menghasilkan penjualan antara 300 juta hingga 2,5 miliar rupiah selama satu tahun.
- c. Usaha menengah adalah usaha dengan kekayaan antara 500 juta sampai 10 miliar rupiah atau menghasilkan penjualan antara 2,5 hingga 50 miliar rupiah selama satu tahun.

A) Karakteristik UMKM

Kriteria UMKM dalam Ketentuan UU. Republik Indonesia No.20

Tahun 2008:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

B) Masalah yang di hadapi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Perkembangan usaha mikro dan kecil di Indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah masalah tersebut tidak bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar wilayah atau lokasi, antar sentra, antar sektor atau subsektor atau jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan atau sektor yang sama (Tambunan, 2002).

Meski demikian masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro dan kecil menurut (Tambunan, 2002):

1. Kesulitan pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar domestic dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun di pasar ekspor.

2. Keterbatasan Financial

Usaha mikro dan kecil, khususnya di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek *financial* : mobilitas modal awal (*startup capital*) dan akses ke modal kerja, *financial* jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang.

C) Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah

Perkembangan adalah suatu tindakan, proses, hasil atau pertanyaan menjadi lebih baik (Thoha, 1997:7). Pengertian pengembangan tersebut memiliki dua unsur, yaitu : (1) pengembangan itu sendiri bisa berupa suatu tindakan, proses atau pernyataan dari suatu tujuan, (2) pengembangan itu bisa menunjukkan kepada perbaikan atas sesuatu. Menurut Warren G. Bennis dalam

(Sutarto,1995: 416) pengembangan adalah suatu jawaban terhadap perubahan, suatu strategi pendidikan yang kompleks yang diharapkan untuk merubah kepercayaan, sikap, nilai dan susunan organisasi, sehingga organisasi dapat lebih baik menyesuaikan dengan teknologi, pasar, dan tantangan yang baru serta perputaran yang cepat dari perubahan itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, maka yang dimaksud dengan pengembangan UMKM adalah suatu tindakan atau proses untuk memajukan kondisi UMKM ke arah yang lebih baik, sehingga UMKM dapat lebih baik menyesuaikan dengan teknologi, pasar, dan tantangan yang baru serta perputaran yang cepat dari perubahan yang terjadi. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam program pembangunan nasional untuk meletakkan landasan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Adapun yang menjadi sasaran dalam upaya pengembangan dan pembinaan UMKM, yaitu :

1. Tercapainya lapangan usaha dan lapangan kerja yang luas
2. Tercapainya peningkatan pendapatan masyarakat
3. Terwujudnya UMKM yang semakin efisien dan mampu berkembang mandiri
4. Terwujudnya penyebaran industri yang merata
5. Tercapainya peningkatan kemampuan UMKM dalam aspek penyediaan produk jadi, bahan baku baik untuk pasar dalam negeri maupun ekspor.

Inti dari pembinaan dan pengembangan UMKM pada dasarnya terletak pada upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan adanya

sumber daya manusia yang bermutu, maka UMKM akan dapat tumbuh dan berkembang menjadi UMKM yang tangguh.

2.9 Perusahaan *Retailing*

Perkembangan dunia bisnis belakangan ini sangat mendukung perkembangan bagi para *retailer* yang berada di pasar, terutama para *retailer* besar. Meningkatnya tingkat konsumsi dan hasrat berbelanja masyarakat membuat industri ini semakin dilirik oleh para pelaku bisnis. *Retail* adalah suatu penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Retail berasal dari Bahasa Perancis diambil dari kata *retailer* yang berarti “memotong menjadi kecil-kecil” (Risch,1991:2). Berikut ini definisi *retailing* menurut beberapa ahli:

- 1) Menurut Levy dan Weitz (2001:8) “*Retailing* adalah satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga”. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari *retailing* adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.
- 2) Menurut Berman dan Evans (2001:3) “*Retailing* merupakan suatu usaha bisnis yang berusaha memasarkan barang dan jasa kepada konsumen akhir yang menggunakannya untuk keperluan pribadi dan rumah tangga”. Produk yang dijual dalam usaha *retailing* adalah barang, jasa maupun gabungan dari keduanya.
- 3) Menurut Kotler (2000:502) *retailing* yaitu: “Penjualan eceran meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis”.

- 4) Menurut Gilbert (2003:6) *Retail* adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi.

Berdasarkan definisi-definisi *retailing* di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa hal mengenai *retailing*, yaitu:

- 1) *Retailing* atau usaha eceran adalah mata rantai terakhir dari saluran distribusi.
- 2) *Retailing* mencakup berbagai macam aktivitas, namun aktivitas yang paling pokok adalah kegiatan menjual produk secara langsung kepada konsumen.
- 3) Produk yang ditawarkan dapat berupa barang, jasa atau kombinasi keduanya.
- 4) Pasar sasaran atau konsumen yang menjadi target adalah konsumen non bisnis, yaitu yang mengkonsumsi produk atau kebutuhan pribadi dan rumah tangga.

a. Fungsi dan Karakteristik *Retailing*

Menurut Berman dan Evans (2001) pada intinya karakteristik *retailing* ada tiga, yaitu:

1) *Small Average Sale*

Tingkat penjualan *retailing* pada toko tersebut relatif kecil, dikarenakan targetnya merupakan konsumen akhir yang membeli dalam jumlah kecil.

2) *Impulse Purchase*

Pembelian yang terjadi dalam *retailing* sebagian besar merupakan pembelian yang tidak direncanakan. Hal ini yang harus dicermati pengecer, yaitu bagaimana mencari strategi yang tepat untuk memaksimalkan pembelian untuk mengoptimalkan pendapatan.

3) *Popularity Of Stores*

Keberhasilan dari retailing sangat tergantung akan popularitas dan image dari toko atau perusahaan. Semakin terkenal toko atau perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kunjungan yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan.

Pada dasarnya *retailing* mencakup kegiatan-kegiatan:

- 1) Menyediakan barang yang dibutuhkan oleh konsumen akhir.
- 2) Menjual dengan harga yang pantas.
- 3) Menyampaikannya kepada konsumen.
- 4) Meyakinkan konsumen bahwa barang yang dijual *retailer* mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Jenis *Retailing*

Kotler mengklasifikasikan pengecer berdasarkan lini produk yang mereka jual (2008), yaitu:

1) Pengecer Toko (*Store Retailing*) yang termasuk dalam kategori ini adalah:

a) *Specialty Store* (Toko Khusus)

Adalah toko spesial yang menjual lini produk sempit dengan suatu ragam barang yang terdapat di dalam lini tersebut. Dalam hal ini, *retailer* mencoba untuk melayani konsumen dari satu atau sejumlah kecil segmen pasar dengan cara menyediakan produk produk khusus. Pada umumnya volumenya tidak terlalu besar, milik pribadi, dan badan hukumnya berbentuk usaha perorangan, firma atau CV. Toko khusus dapat diklasifikasikan lagi menurut tingkat kekhususan lini produknya. Toko pakaian merupakan toko lini tunggal; toko pakaian pria merupakan toko sangat khusus. Sebagai contoh toko khusus yaitu AGIS (PT Artha Graha Investama Sentral) sebagai salah satu *retail* yang mengkhususkan menjual

barang-barang elektronik dan toko roti *Holland Bakery* yang hanya menjual roti. *Specialty Store* bervariasi menurut:

- (1) Tipe, pilihan, dan mutu produk
- (2) Harga
- (3) Ukuran, lokasi toko

b. Toko Serba Ada (*Department Store*)

Adalah lembaga eceran yang menawarkan berbagai macam lini produk dengan mutu pilihan. Biasanya toko seperti ini mempunyai volume usaha yang besar, kondisi keuangannya lebih kuat, dan badan hukumnya berbentuk perseroan terbatas atau paling tidak berbentuk CV. Misalnya Ramayana dan Sarinah. Ada dua macam *department store retailing*, yaitu:

(1) *Line Department Store*

Menawarkan sejumlah besar jenis barang dagangan.

(2) *Limited Line Department Store*

Menawarkan beberapa macam barang, pada umumnya barang-barang lunak seperti pakaian, handuk, sprei dengan orientasi model dan harga yang mahal.

c. Toko Kebutuhan Sehari-hari (*Convenience Store*)

Adalah toko yang relatif kecil dan terletak di daerah pemukiman atau di jalur *high traffic*, memiliki jam buka yang panjang (24 jam) selama tujuh hari dalam seminggu, dengan tingkat perputaran yang tinggi dan menjual lini produk *convenience* yang terbatas seperti minuman, makanan ringan, permen, rokok, dll. Jam buka yang panjang dan karena konsumen hanya membeli di toko ini hanya sebagai “pelengkap” menyebabkan toko ini menjadi suatu operasi dengan harga tinggi. Contoh: circle-k

d. Pasar Swalayan (*Supermarket*)

Adalah toko dengan operasi relatif besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume tinggi. Swalayan dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seperti produk-produk bahan makanan, daging, ikan segar, sayur, buah-buahan, minuman kaleng, cucian, dan produk-produk perawatan rumah tangga. Kini banyak *supermarket* yang melengkapi tawarannya dengan barang-barang *non food* seperti deterjen, sabun mandi, sendok dan garpu.

Contoh: *Hero, Lotte Mart.*

2.10 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai Perencanaan Pajak Pertambahan nilai yang mendukung dalam penelitian ini diuraikan pada tabel 2.1

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Suronoto,2013	Penerapan <i>Tax Planning</i> Pertambahan Nilai Terhutang Pada UD Tri Murni	Metode Analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, dimana peneliti mengambil data-data yang berhubungan dengan transaksi PPN yaitu Surat Pemberitahuan Masa (SPT) dan Surat Setoran	Hasil penelitian ini adalah UD. Tri Murni memiliki jumlah Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Tahun 2012 yang cenderung mengalami kenaikan setiap bulannya, sehingga menyebabkan hutang PPN sebesar Rp. 10.205.414. Untuk meminimalkan jumlah PPN terhutangnya perusahaan perlu melakukan Tax Planning. Setelah melakukan perhitungan dapat

			Pajak (SSP) tahun 2012	disimpulkan bahwa dengan adanya Tax Planning, maka PPN terhutang berkurang menjadi Rp. 2.082.702. Dengan demikian penerapan Tax Planning pada UD. Tri Murni dinyatakan berhasil.
2.	Budiarso, 2016	Evaluasi Penerapan Tax Planning Untuk Meminimalkan Pajak Pertambahan Nilai Pada PT. Transworld Solution Jakarta Selatan	Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif Kuantitatif.	Hasil penelitian adalah dalam rangka meminimalkan pajak pertambahan nilainya, PT. Transworld Solution telah menerapkan beberapa cara tax planning PPN dan dari semua yang sudah diterapkan, semua sudah maksimal dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang ada. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada manajemen PT. Transworld Solution untuk tetap menerapkan perencanaan pajak yang ada dan tetap memperbaharui peraturan-peraturan perpajakan yang terbaru.

3.	Harjanti,dkk ,2019	Analisis <i>Tax Planning</i> Dalam Rangka mencapai efisiensi Pajak Pertambahan Nilai Pada PT Ramadhan Caturperkasa Layorda Tegal	Metode analisis deskriptif Kuantitatif yaitu menjelaskan tentang efisiensi PPN Terutang pada PT RCL Tegal	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebelum dilakukan <i>Tax Planning</i> PPN Terutang sebesar Rp 87.586.884,-. Sedangkan setelah dilakukan <i>Tax Planning</i> jumlah PPN Terutang sebesar Rp 68.849.914,-. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan <i>Tax Planning</i> maka PT RCL Tegal dapat mencapai efisiensi PPN Terutang atau PPN yang dibayar.
4.	Arfamaini,dkk 2019	Perencanaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Dengan Menggunakan <i>Credit Method</i> Guna Mengevaluasi Status Lebih Bayar Dalam Pelaporan	Dengan menggunakan metode penelitian melalui wawancara dan dokumentasi, dapat dianalisis status lebih bayar PPN dengan	Dimana terdapat pengkreditan antara pajak masukan dan pajak keluaran dengan disertakan faktur pajak sehingga dapat diketahui jumlah PPN yang terhutang dan dalam pelaporan PPN tidak terdapat status lebih bayar. Pada CV "X" mengalami status lebih bayar dalam

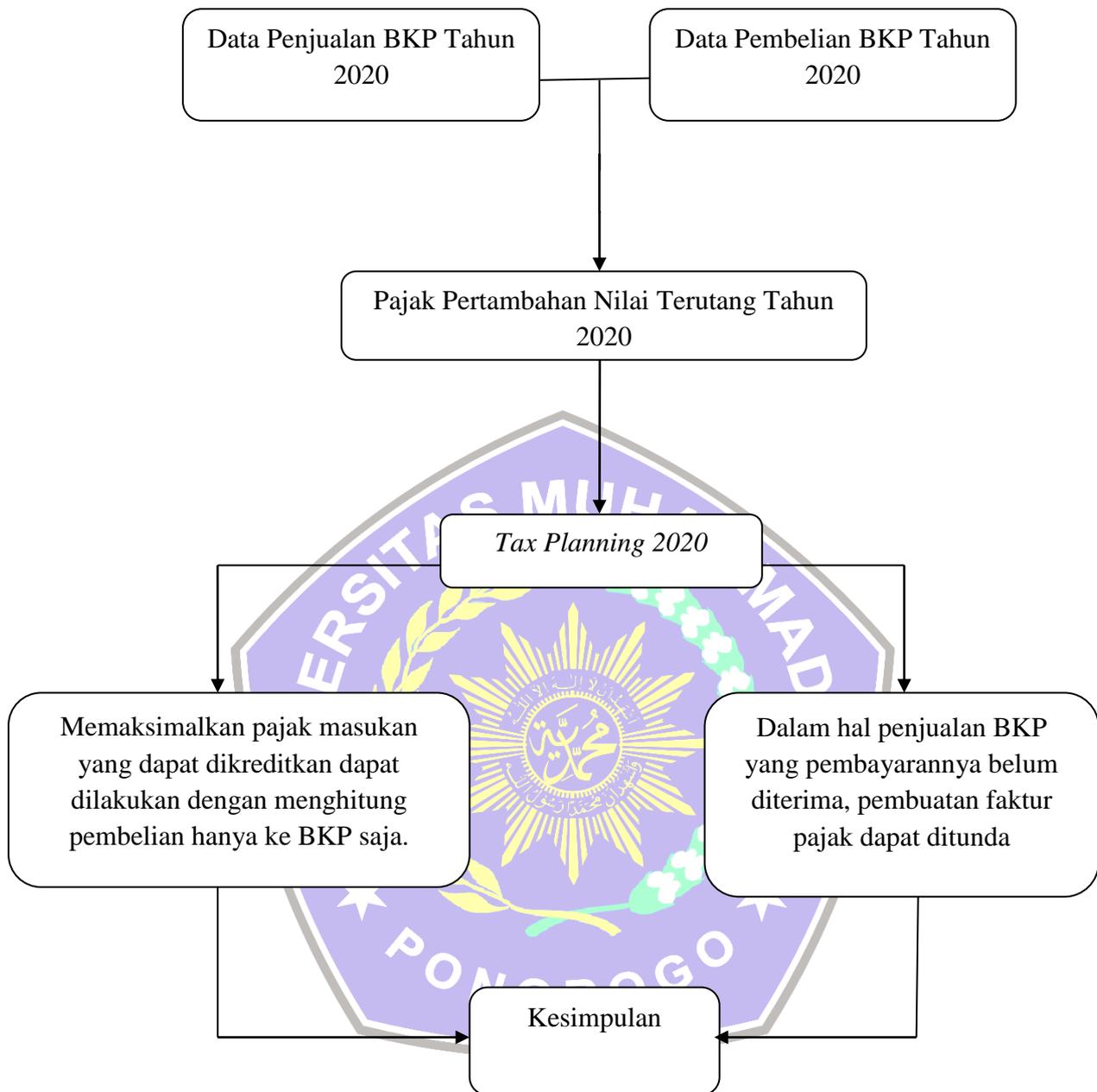
		<p>Pajak Pada CV “X” Tahun 2018</p>	<p>menggunakan credit method sesuai peraturan yang terdapat di Undang-undang No.42 Tahun 2009</p>	<p>pelaporan pajaknya pada bulan Maret dan Juli 2018. Dengan menggunakan metode penelitian melalui wawancara dan dokumentasi, dapat dianalisis status lebih bayar PPN dengan menggunakan credit method sesuai peraturan yang terdapat di Undang-undang No.42 Tahun 2009, sehingga dalam perencanaan pajak CV “X” untuk periode selanjutnya tidak mengalami status lebih bayar dalam pelaporan pajak.</p>
5.	Saputra, 2020	<p>Analisis Penerapan Perencanaan Pajak (Tax Planning) dalam Upaya Penghematan Beban Pajak Penghasilan Badan pada PT DCM Tahun 2017</p>	<p>Metode kualitatif digunakan sebagai metode penulisan yaitu metode yang mengumpulkan, menyusun data yang diperoleh untuk selanjutnya</p>	<p>Hasil penelitian menjelaskan bahwa implementasi perencanaan pajak yang dilakukan oleh PT DCM dapat mengefisienkan beban pajak terutang. Dan perusahaan dapat menghemat sebesar Rp.387.265.500,- dari total pajak yang terutang sebelumnya.</p>

			diinterpretasikan dan dianalisis untuk memberikan informasi yang lengkap untuk pemecah masalah.	
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------	--

(Sumber: Penelitian terdahulu dari beberapa jurnal, 2021)



2.11 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang dilakukan oleh peneliti adalah PPN terhutang perusahaan yang terlalu besar atau utang PPN *fluktuatif*, karena pada tiap masa ada utang PPN yang kecil dan terdapat utang PPN yang besar dari masa sebelumnya dan pada masa tertentu juga muncul lebih bayar/kurang bayar. Hal tersebut dapat mengganggu *cash flow* perusahaan. Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti yaitu

mengumpulkan data pembelian BKP dan data penjualan pada tahun 2020, kemudian dari data pembelian BKP dan penjualan tahun 2020 digunakan untuk menghitung pajak terutang selama tahun 2020, selanjutnya perusahaan dapat melakukan perencanaan pajak dengan memaksimalkan Pajak Masukan yang dapat dikreditkan dan penundaan pembuatan faktur sampai akhir bulan dalam hal penjualan BKP. Perusahaan yang bergerak dibidang *retail* juga perlu memperhatikan *supplier*, apakah *supplier* tersebut telah dikukuhkan sebagai PKP atau belum tentu saja hal ini memiliki keuntungan maupun kerugian bagi perusahaan dalam aspek perpajakannya. Setelah diterapkannya perencanaan pajak maka utang PPN tiap masa menjadi lebih minim dari pada sebelumnya, sehingga *cash flow* perusahaan tidak terganggu. Perusahaan harus tepat dalam menentukan perencanaan pajak yang akan diterapkan agar tidak merugikan perusahaan kedepannya.

