

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gelombang Korea atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Korean Wave* sudah menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Salah satu faktor utama yang menjadi penyebab luasnya penyebaran budaya Korea adalah pesatnya perkembangan teknologi. *Korean Wave* di Indonesia sudah mulai dikenal sejak tahun 2000-an, pada saat itu banyak stasiun televisi Indonesia yang menayangkan drama Korea. Selain drama Korea, salah satu hiburan yang masih digemari terutama oleh remaja Indonesia sampai saat ini adalah *Korean Pop* atau yang dikenal dengan *K-Pop* yang merupakan musik pop Korea. Seiring berjalannya waktu dan semakin berkembangnya teknologi, *K-Pop* mampu menyaingi popularitas musik barat di Indonesia.

Kegemaran generasi muda akan musik *K-Pop* tidak lepas dari minat mereka untuk membeli dan mengoleksi segala hal mengenai *idol K-Pop favorite* mereka, terutama mengoleksi *physical* album dan juga *merchandise* yang dirilis oleh agensi *idol favorite* mereka. Setiap penggemar *K-Pop* memiliki komunitas yang biasa disebut dengan 'fandom' yang kemudian diargumentasikan sebagai ekspresi dari fenomena yang lebih besar berkaitan dengan fanatisme terkait konsumsi dan terkait merek yang ada di masyarakat modern saat ini. Sifat fanatisme itulah yang memberikan konsumen tersebut sumber makna untuk mengkonstruksikan identitas mereka. Ini kemudian mendorong fans untuk melakukan konsumsi yang berkaitan dengan fandom (Perbawani & Nuralin, 2021). Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi,

para penggemar *K-Pop* dapat dengan mudah mencari informasi dan melakukan komunikasi dengan pihak penjual yang ada di luar negeri agar lebih mudah dan efisien. *E-commerce* memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa harus melakukan tatap muka secara langsung sehingga menjadi lebih praktis. Selain itu, efisiensi waktu juga menjadi pertimbangan bagi kolektor *marchandise* dan album *K-Pop* yang sudah menjamur di berbagai platform sosial media. Setiap pembelian *marchandise*, album *K-Pop*, ataupun barang lainnya dari luar negeri, maka akan dikenakan Bea Masuk.

Berdasarkan Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007, pajak 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. Dalam Pasal 22 Undang-Undang Pajak Penghasilan yang ditetapkan oleh Menteri Keuangan, dijelaskan bahwa bendaharawan pemerintah dapat memungut pajak yang terkait dengan pembayaran atas penyerahan barang dan badan-badan tertentu untuk memungut ajak dari Wajib Pajak yang melakukan kegiatan impor atau usaha dibidang lain. Pemungutan atas PPh Pasal 22 bertujuan untuk menjaga ketersediaan pangan dan stabilisasi harga pangan, serta menjaga bahan baku yang berada dalam negeri

Berdasarkan Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP), pengertian pajak 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. Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Besarnya pungutan Pajak Penghasilan Pasal 22 atas impor, yaitu apabila menggunakan Angka Pengenal Importir (API) maka dikenakan $2,5\% \times \text{Nilai Impor}$, apabila tidak menggunakan API maka dikenakan $7,5\% \times \text{Nilai Impor}$, dan apabila tidak dikuasai maka akan dikenakan $7,5\% \times \text{Harga Jual Lelang}$.

Nilai impor merupakan nilai berupa uang yang menjadi dasar penghitungan Bea Masuk, yaitu *Cost Insurance and Freight* (CIF) ditambah dengan Bea Masuk dan pungutan lainnya yang dikenakan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan kepabeanan di bidang impor. Besarnya tarif pemungutan sebagaimana dimaksud di atas yang diterapkan terhadap Wajib Pajak yang tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak lebih tinggi 100% (seratus persen) daripada tarif yang diterapkan terhadap Wajib Pajak yang dapat menunjukkan Nomor Pokok Wajib Pajak. Ketentuan ini berlaku untuk pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 yang bersifat tidak final. Kenaikan tarif yang baru saja ditetapkan tersebut akhirnya menuai pro dan kontra dikalangan penggemar *K-Pop*. Hal tersebut dikarenakan *merchandise official* (resmi) hanya diproduksi di Korea Selatan, sehingga mahalnnya harga barang, ongkos kirim dan kenaikan tarif tidak jarang membuat

sebagian penggemar berpikir untuk membeli barang secara mandiri dan mencari alternatif lain untuk membeli *merchandise* idola mereka.

Sumendap (2020) melakukan penelitian tentang minat pelaku *e-commerce* melakukan impor barang setelah adanya perubahan tarif pajak dan dasar pengenaan pajak atas pemberlakuan PMK 199/PMK 010/2019. Hasilnya menyatakan bahwa perubahan tersebut berpengaruh terhadap minat mereka melakukan import barang *merchandise*. Hasil penelitian Deyanputri (2020) menyatakan bahwa penurunan ambang batas pembebasan bea masuk atas barang impor mampu menurunkan volume impor kiriman ke Indonesia. Regulasi dari ambang batas USD 3 melalui *platform E-commerce* berpengaruh positif terhadap minat beli barang impor (Anggraeni dan Lestari, 2021).

Berdasarkan observasi yang sudah peneliti lakukan pada tanggal 16 Desember 2023 melalui grup CARAT di Telegram, diketahui bahwa sebagian besar CARAT yang menjadi anggota grup Telegram tersebut hanya sekedar tahu terkait peraturan terbaru dalam bidang perpajakan, khususnya peraturan terbaru mengenai Bea Masuk. Pemahaman CARAT sebagai konsumen barang impor dan Wajib Pajak terhadap peraturan perpajakan dan fungsi pajak masih rendah menyebabkan sistem pembayaran bea masuk yang tidak dipahami oleh CARAT sebagai Wajib Pajak pada saat melakukan pembelian *merchandise* tidak melalui *e-commerce* menjadi lebih sulit jika dibandingkan dengan pembelian menggunakan *e-commerce* dan akhirnya sebagian kecil dari CARAT mencari alternatif lain seperti jasa titip atau slot pre-order untuk menghindari pajak (Frederica et al 2023) Berdasarkan pada hal tersebut, maka

judul yang peneliti ajukan ialah “**Pemahaman Penggemar *Korean Pop* Atas Bea Masuk Pembelian *Merchandise Idol K-Pop* (Studi Kasus Penggemar *Seventeen (CARAT)* Indonesia)”**”.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada jenis penelitiannya, yang mana pada penelitian sebelumnya merupakan penelitian kuantitatif bersifat empiris yang menguji pengaruh suatu *variable*, sementara pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang mengangkat topik adanya kebijakan baru di bidang perpajakan. Motivasi penelitian ini, karena peneliti sendiri merupakan seorang penggemar musik Korea dan drama Korea. Disini peneliti ingin membahas apa yang peneliti minati, karena jika kita melakukan hal yang diminati tentunya akan lebih bersemangat dalam menjalankannya. Selain itu, peneliti sendiri ingin mengubah berbagai perspektif masyarakat tentang dampak *K-Pop* yang lebih mengarah pada kegiatan *negative*. Keinginan dalam membeli berbagai macam *merchandise K-Pop* juga menjadi alasan peneliti memilih penelitian ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Adanya kenaikan tarif pajak impor.
2. Pemahaman penggemar *K-Pop* terhadap peraturan dan tarif pajak masih kurang.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus dan mendalam. Sehingga peneliti memandang permasalahan yang diangkat perlu untuk dibatasi variabelnya. Dari berbagai permasalahan yang ada, peneliti menggunakan tarif pajak impor terbaru dan pemahaman penggemar *K-Pop* khususnya penggemar *boyband Seventeen* (CARAT) sebagai variabel yang diteliti lebih dalam untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat penggemar *K-Pop* dalam membeli *Merchandise Idol K-Pop*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana penggemar *K-Pop* memahami peraturan dan tarif pajak impor terbaru?
2. Bagaimana penggemar *K-Pop* memahami cara menghitung pajak yang harus dibayarkan?
3. Bagaimana minat penggemar *K-Pop* dalam membeli *merchandise* akibat adanya kenaikan tarif pajak?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang telah diberikan sebelumnya. Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pemahaman penggemar *K-Pop* mengenai peraturan dan tarif pajak impor terbaru.
2. Untuk mengetahui pemahaman penggemar *K-Pop* mengenai cara menghitung pajak yang harus dibayarkan.
3. Untuk mengetahui minat penggemar *K-Pop* dalam membeli *merchandise* akibat adanya kenaikan tarif pajak.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan penggemar *K-Pop* tentang bea masuk, khususnya bea masuk pembelian *merchandise idol K-Pop*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan penggemar *K-Pop* mengenai cara menghitung pajak yang harus dibayarkan, serta diharapkan dapat membantu penggemar *K-Pop* dalam mengurangi sikap konsumtif terhadap pembelian *merchandise idol K-Pop*.

1.6.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti tentang tarif pajak impor terbaru dan cara menghitung pajak yang harus dibayarkan dalam pembelian *merchandise idol K-Pop*.

b) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini diyakini akan benar-benar berperan serta kepada perguruan tinggi dan diyakini dapat digunakan sebagai

referensi tambahan yang nantinya dapat dimanfaatkan oleh peneliti pada masa depan saat melakukan penelitian sebanding.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau referensi sehingga dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya khususnya yang meneliti tentang pemahaman penggemar *Korean Pop* atas bea masuk pembelian *merchandise idol K-Pop*.

