

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengacu pada Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 Pasal 1 Tentang Pajak, pajak didefinisikan sebagai pungutan wajib yang dibebankan kepada individu maupun entitas usaha, dengan sifat memaksa berdasarkan regulasi perundang-undangan. Pembayaran ini tidak memberikan kompensasi langsung kepada pembayar pajak, namun dialokasikan untuk pembiayaan kepentingan negara dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Mahaputra & Yasa 2024).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Sekretariat Kabinet Republik Indonesia pada tahun 2023, sektor perpajakan memiliki peran vital dalam menggerakkan roda perekonomian nasional dengan kontribusi mencapai 64,6% dari total pendapatan negara. Hingga 31 Oktober 2024, kinerja penerimaan pajak menunjukkan tren positif dengan kontribusi signifikan terhadap pendapatan negara, mencapai 76,3% dari target yang ditetapkan atau setara dengan Rp1.517,53 triliun. Capaian ini menunjukkan perbaikan berkelanjutan selama periode empat bulan terakhir. Dalam sistem perpajakan Indonesia, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi salah satu komponen penting penerimaan negara. Mengacu pada informasi dari Learning Center Kementerian Keuangan, PPN dapat didefinisikan sebagai pungutan yang dikenakan pada setiap aktivitas jual-beli barang maupun jasa dalam wilayah pabean, dengan karakteristik pemungutan yang dilakukan secara berjenjang di sepanjang rantai produksi dan distribusi. Dengan kata lain, kewajiban pembayaran PPN muncul ketika terjadi aktivitas penyerahan atau transaksi (Putri 2024).

Menurut ketentuan yang tercantum dalam UU HPP (Harmoni Peraturan Perpajakan) sebagai revisi dari UU PPN, Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak mencakup semua jenis barang dan jasa, dengan pengecualian yang diatur dalam Pasal 4A ayat (2) dan ayat (3) dan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 mengenai Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Dalam Undang-Undang tersebut, BKP dan JKP didefinisikan sebagai produk dan jasa yang wajib dikenakan Pajak Pertambahan Nilai. Adapun terdapat kategori-kategori barang dan jasa tertentu yang mendapat pembebasan pengenaan PPN, sebagaimana disebutkan dalam kelompok-kelompok berikut, yaitu barang kebutuhan pokok, berbagai jenis hidangan serta sajian minuman yang tersedia di berbagai tempat penyedia makanan seperti perhotelan dan tempat makan mewah, serta uang, emas batangan, dan surat berharga. Kategori-kategori layanan yang mendapat pembebasan PPN mencakup jasa pelayanan kesehatan medik, jasa pelayanan sosial, dan jasa keuangan.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pungutan yang dibebankan atas setiap aktivitas jual-beli yang dilaksanakan oleh subjek pajak, baik individu maupun entitas usaha yang sudah terdaftar sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Dalam implementasinya, pembebanan PPN dapat dialihkan kepada pihak ketiga atas penyerahan barang atau jasa yang dilakukan oleh PKP. Mekanisme pengalihan beban pajak ini menjadikan PPN dikategorikan sebagai pajak tidak langsung atau *indirect tax*. Adapun nilai tambah yang menjadi dasar pengenaan pajak ini meliputi seluruh pengeluaran yang terjadi dalam rangkaian proses produksi, mulai dari pembelian bahan baku, penggunaan bahan pendukung, hingga berbagai biaya yang muncul selama proses pengolahan sampai produk tersebut siap dipasarkan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmoni Peraturan Perpajakan, pemerintah berencana menaikkan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% pada tahun 2025. Ketentuan ini diatur secara khusus dalam Bab 4 Pasal 7 Ayat (2) UU HPP, yang menyatakan bahwa tarif PPN akan meningkat dari 11% menjadi 12% mulai Januari 2025. Dari sudut pandang pemerintah, kenaikan tarif ini diharapkan dapat meningkatkan penerimaan negara, yang selanjutnya akan mendukung proses pemulihan ekonomi serta mempercepat pembangunan nasional. Keputusan untuk menerapkan kenaikan PPN diimplementasikan melalui pendekatan bertahap, sesuai arahan Presiden, dengan mempertimbangkan tiga aspek penting yaitu menjaga daya beli masyarakat tetap stabil, mengendalikan tingkat inflasi, serta memastikan terjaganya stabilitas ekonomi secara keseluruhan.

Melansir dari situs Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, kebijakan terbaru pemerintah menetapkan peningkatan tarif Pajak Pertambahan Nilai sebesar satu persen, dari 11% ke 12%, yang diberlakukan secara khusus pada produk dan layanan kategori mewah. Sementara itu, untuk kategori barang dan jasa lainnya, tarif PPN tetap dipertahankan di angka 11%, sesuai ketentuan yang sudah berjalan sejak 2022. Berdasarkan informasi yang disampaikan, pengumuman mengenai penyesuaian tarif PPN ini diutarakan langsung oleh Presiden Prabowo Subianto melalui konferensi pers yang diselenggarakan di Gedung Kementerian Keuangan Jakarta pada penghujung tahun 2024. Sesuai penjelasan yang disampaikan, kategori barang mewah mencakup transportasi eksklusif seperti pesawat jet personal yang umumnya diperuntukkan bagi kalangan elit. Kategori ini juga meliputi berbagai jenis kapal rekreasi mewah termasuk kapal pesiar dan beragam tipe yacht. Selain

itu, property residensial yang bernilai signifikan di atas standar kelas menengah juga masuk dalam klasifikasi ini.

Penerapan tarif PPN sebesar 12% diberlakukan secara terbatas pada produk-produk yang saat ini telah tercatat sebagai objek Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), sebagaimana diatur dalam PMK No. 15/2023. Kemenkeu telah menerbitkan regulasi baru dalam bentuk PMK 131 Tahun 2024 yang ditandatangani pada penghujung tahun 2024 dan mulai diimplementasikan pada awal tahun 2025. Regulasi ini menjadi dasar hukum penyesuaian tarif Pajak Pertambahan Nilai dari 11% ke 12%. Berdasarkan ketentuan yang tercantum dalam regulasi tersebut, khususnya pada pasal 2 ayat 3, penetapan PPN 12% ditujukan untuk kategori barang mewah. Cakupannya meliputi dua kelompok utama yang sudah terdaftar sebagai objek Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) sesuai regulasi perpajakan yang berlaku, yaitu kendaraan bermotor dan barang mewah non-kendaraan bermotor.

Berdasarkan ketentuan PMK 131/2024, disebutkan dalam Pasal 2 Ayat (2) bahwa penetapan tarif PPN ditetapkan sebesar 12%. Perhitungan PPN dilakukan dengan mengalikan tarif tersebut dengan nilai jual atau nilai impor suatu barang. Namun, Pasal 2 Ayat (3) dari peraturan yang sama memberikan ketentuan khusus bahwa penerapan tarif tersebut secara spesifik diperuntukkan bagi produk-produk yang masuk kategori barang mewah, yang terbagi menjadi dua kelompok utama. Kelompok pertama mencakup kendaraan bermotor mewah dengan klasifikasi tertentu, seperti kendaraan dengan spesifikasi konsumsi bahan bakar dan kapasitas silinder tertentu, kendaraan dengan penggerak listrik, serta kendaraan empat roda dengan spesifikasi teknologi khusus. Sementara kelompok kedua meliputi barang

mewah non-kendaraan bermotor, yang terdiri dari properti hunian kategori mewah, peralatan transportasi udara seperti balon udara dan pesawat, amunisi untuk senjata api, serta sarana transportasi laut berupa kapal pesiar mewah.

Pasal 3 PMK 131/2024 memberikan klarifikasi tambahan terkait penerapan PPN untuk barang non-mewah. Untuk barang yang tidak masuk kategori mewah dan tidak dikenakan PPnBM, perhitungan PPN dilakukan dengan cara khusus. Meskipun tarif dasarnya tetap 12%, namun dalam penerapannya dikalikan dengan “Dasar Pengenaan Pajak (DPP) berupa nilai lain” yang ditetapkan sebesar $11/12$ dari nilai jual. Hasil dari perhitungan ini menghasilkan tarif efektif PPN sebesar 11%, yang diperoleh dari perkalian 12% dengan $11/12$. Dengan demikian, walaupun secara nominal tarif PPN disebutkan 12%, namun untuk barang-barang non-mewah, besaran PPN yang dibayarkan pada praktiknya tetap sama seperti ketentuan sebelumnya (Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 131 Tahun 2024).

Kebijakan baru kenaikan tarif PPN menjadi 12% yang ditujukan secara khusus untuk kategori barang mewah, tidak hanya memberikan dampak terhadap produk baru khususnya kendaraan bermotor. Penyesuaian tarif pajak di tahun 2025 juga berdampak pada sektor penjualan kendaraan mewah bekas dengan peningkatan PPN dari 1,1% menjadi 1,2%. Berdasarkan Pasal 2 Ayat (5) Peraturan Menteri Keuangan (PMK) 65/2022, tarif PPN untuk penyerahan kendaraan bermotor bekas oleh pengusaha akan mengalami kenaikan. Ketentuan pengenaan PPN untuk kendaraan bermotor bekas memiliki regulasi khusus yang diatur dalam PMK tersendiri. Oleh karena itu, transaksi penyerahan kendaraan bermotor bekas tidak termasuk dalam kategori Barang Kena Pajak (BKP) yang perhitungan PPN-nya

menggunakan metode Dasar Pengenaan Pajak (DPP) berupa nilai lain sebesar 11/12 dari harga jual sebagaimana diatur dalam PMK 131/2024.

Dalam kondisi demikian, strategi pengusaha sangat diperlukan mengingat banyaknya persaingan produk di dunia industri. Era globalisasi mengharuskan perusahaan untuk tidak hanya fokus pada volume produksi, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses produk mereka. Hal ini termasuk ketepatan dalam menghitung harga produksi, yang menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing di pasar global yang semakin kompetitif (Purnamawati, Yuniarta, & Diatmika 2018). Harga mencerminkan dua komponen utama yaitu total sumber daya yang diperlukan dalam proses produksi serta ekspektasi keuntungan produsen. Secara praktis, harga dapat dipahami sebagai nilai moneter yang perlu dikeluarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari produk atau layanan tertentu (Lestari & Dewi 2022). Berdasarkan perspektif Kotler & Amstrong, konsep harga dapat dipahami sebagai nominal yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Lebih lanjut, harga mencerminkan total nilai yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang mereka butuhkan.

Penentuan strategi harga merupakan aspek krusial dalam pemasaran suatu produk, yang tidak hanya berlaku untuk barang baru, tetapi juga mencakup produk bekas dengan berbagai pertimbangan nilai jualnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ekawati & Salamena 2022) mengemukakan bahwa dalam penentuan harga jual mobil bekas perlu memperhatikan beberapa kondisi seperti, kondisi mesin mobil, pajak mobil, dan kelengkapan interior mobil. Dalam menetapkan nilai jual kendaraan bekas, terdapat beragam aspek yang perlu dikaji

secara komprehensif. Evaluasi harus mempertimbangkan beberapa parameter utama seperti harga unit baru, nilai pasar kendaraan bekas, kondisi fisik kendaraan, serta perbandingan harga dengan merk competitor di pasaran. Proses valuasi kendaraan membutuhkan analisis menyeluruh yang mencakup berbagai komponen biaya dan faktor eksternal. Hal ini meliputi perhitungan biaya pemeliharaan, pengeluaran operasional, ekspektasi keuntungan penjual, kemampuan finansial konsumen, strategi harga competitor, serta kondisi ekonomi makro. Mengingat kompleksitas faktor-faktor tersebut, penentuan harga jual kendaraan bekas merupakan keputusan strategis yang memerlukan pertimbangan matang dan pendekatan holistik untuk menghasilkan nilai yang optimal bagi semua pihak.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kusuma & Darmawan 2022) mengungkapkan bahwa langkah sistematis dalam menentukan nilai jual kendaraan bekas mencakup beberapa tahapan analisis, yaitu evaluasi kondisi fisik kendaraan untuk memperkirakan kebutuhan biaya restorasi, analisis riwayat perolehan kendaraan dan harga pembelian awal, riset komparasi harga pasar melalui platform digital, kalkulasi Harga Pokok Penjualan (HPP) yang merupakan akumulasi biaya operasional dan nilai perolehan, serta perhitungan margin keuntungan yang diharapkan penjual.

Penilaian nilai jual kendaraan bekas dipengaruhi oleh sejumlah aspek dokumentasi dan fisik, meliputi tahun produksi yang tercatat dalam BPKB dan STNK, kualitas tampilan luar, kondisi kabin, performa mesin, wilayah registrasi kendaraan, serta nilai akuisisi awal. Dalam pasar kendaraan bekas, standar kualitas menjadi parameter utama yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi kelayakan investasi mereka. Hal ini mendorong para penjual untuk berkompetisi

menawarkan unit dengan kondisi terbaik. Strategi penetapan harga merupakan elemen vital yang menentukan kesuksesan transaksi. Proses ini memerlukan pertimbangan kompleks, terlebih karena berkaitan erat dengan pola pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Sri Amerta Auto Mobil merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan kendaraan bermotor yang berlokasi strategis di Jalan Ayani, Pamaron, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali. Didirikan dan dikelola secara langsung oleh sosok visioner Bapak Kadek Pindayasa, *showroom* otomotif ini telah menempati posisi signifikan dan berpengaruh dalam ekosistem bisnis penjualan kendaraan di wilayah Bali Utara. Keunggulan lokasi geografis yang berjarak dekat dengan pusat keramaian dan aktivitas ekonomi kota Singaraja menjadikan Sri Amerta Auto Mobil sangat mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat dari beragam wilayah di sekitarnya, baik yang berasal dari kawasan perkotaan maupun pedesaan di Kabupaten Buleleng.

Showroom ini memiliki struktur operasional yang efisien dengan pemisahan antara area penjualan dan area penyimpanan kendaraan yang terletak berdekatan. Sistem inovatif pengelolaan inventaris dan manajemen stok kendaraan ini memungkinkan terciptanya optimalisasi ruang pamer yang atraktif dan pengelolaan persediaan unit mobil yang lebih terorganisir, terstruktur, dan mudah diakses ketika dibutuhkan untuk presentasi kepada calon pembeli. Model bisnis yang diterapkan oleh Sri Amerta Auto Mobil mencerminkan integrasi antara aspek pemasaran produk otomotif dengan layanan pembiayaan yang komprehensif, memberikan solusi *one-stop shopping* bagi konsumen di Kabupaten Buleleng yang ingin memiliki kendaraan.

Di tengah dinamika pertumbuhan ekonomi Bali Utara yang didukung oleh beragam sektor seperti pendidikan, pertanian, dan pariwisata lokal, Sri Amerta Auto Mobil hadir sebagai fasilitator mobilitas modern yang memahami secara mendalam tentang kebutuhan transportasi, preferensi model kendaraan, dan karakteristik sosio-ekonomi masyarakat setempat yang beragam, sehingga mampu menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan pasar di kawasan Bali Utara. Atas dasar tersebut, penulis ingin menganalisis persepsi dan strategi pengusaha kendaraan bekas dalam menghadapi kebijakan kenaikan PPN di *showroom* Sri Amerta Auto Mobil. Oleh sebab itu penulis mengambil judul penelitian **“Persepsi dan Strategi Pengusaha Kendaraan Bekas Menghadapi Kebijakan Kenaikan PPN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka identifikasi masalahnya meliputi:

1. Implementasi kebijakan perubahan tarif PPN menjadi 12% yang difokuskan pada sektor barang mewah memiliki efek pengaruh yang meluas, tidak terbatas pada produk-produk baru terutama di segmen otomotif.
2. Perubahan kebijakan PPN yang berdampak pada sektor penjualan kendaraan bekas belum diketahui secara menyeluruh dari perspektif pelaku usaha.
3. Kenaikan PPN berpotensi meningkatkan harga jual kendaraan bekas yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan volume penjualan.
4. Struktur biaya usaha kendaraan bekas mengalami perubahan akibat implementasi kebijakan kenaikan PPN.

5. Pengusaha kendaraan bekas perlu menyesuaikan strategi usaha untuk mempertahankan profitabilitas di tengah kebijakan baru.
6. Strategi penetapan harga kendaraan bekas menghadapi dilema antara mempertahankan daya saing dan profitabilitas usaha.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang terfokus dan menghindari suatu penafsiran yang tidak diinginkan, penelitian ini dibatasi pada mengungkap persepsi dan strategi yang dilakukan oleh pengusaha kendaraan bekas dalam menghadapi kebijakan kenaikan PPN di *showroom* Sri Amerta Auto Mobil yang beralamat lengkap di Jalan Ayani, Pemaron, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana persepsi pengusaha kendaraan bekas terhadap kebijakan kenaikan PPN?
2. Strategi adaptasi apa yang dikembangkan oleh pengusaha kendaraan bekas dalam menghadapi perubahan kebijakan PPN?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis persepsi pengusaha kendaraan bekas terhadap kebijakan kenaikan PPN.

2. Untuk menganalisis strategi adaptasi yang dikembangkan oleh pengusaha kendaraan bekas dalam menghadapi perubahan kebijakan PPN.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pemahaman dan perspektif di ranah ilmu akuntansi, baik bagi kalangan akademisi maupun praktisi terkait. Lebih lanjut, studi ini dapat berfungsi sebagai sumber rujukan dan landasan untuk pengembangan penelitian berikutnya, sekaligus memperkuat temuan-temuan dari studi terdahulu.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Studi ini memberikan kesempatan untuk mengimplementasikan konsep teoretis yang didapatkan selama masa akademik ke dalam konteks praktis, khususnya dalam memahami mekanisme penentuan dan penyesuaian strategi adaptasi dalam perusahaan di tengah dinamika perubahan kebijakan PPN.

b. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Kajian ini diharapkan dapat memperkaya koleksi literatur akademik yang bermanfaat bagi penelitian di masa mendatang. Selain itu, studi ini bertujuan memberikan sumbangsih akademis dan data empiris mengenai formulasi strategi adaptasi optimal dalam menghadapi kebijakan kenaikan PPN.

c. Bagi *Showroom* Sri Amerta Auto Mobil

Melalui kajian ini, diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan strategi adaptasi yang tepat dengan tetap mempertahankan margin keuntungan di

tengah dinamika perubahan tarif perpajakan khususnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

