

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Dasar Teori

2.1.1 Pengertian Waralaba

Waralaba menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019, adalah “hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”. Berdasarkan Permendag⁷ tersebut, mengatur lebih lanjut tentang penyelenggaraan waralaba dari peraturan yang sudah ada sebelumnya⁸. Adapun waralaba juga dikenal dengan sebutan *franchise* dalam bahasa Inggris. Istilah *franchise* sendiri berasal dari dialek kuno bahasa Prancis yaitu *franchir* yang memiliki arti memberi kebebasan kepada para pihak (Fadila, 2021). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mendefinisikan waralaba sebagai suatu bentuk kerja sama dalam bidang usaha

⁷Merupakan singkatan dari “Peraturan Menteri Perdagangan”.

⁸ Merupakan peraturan turunan dari Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

dengan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Definisi ini masih sejalan dengan pengertian menurut situs *International Franchise Association* (IFA), yaitu bahwa *franchise* adalah sebuah metode pendistribusian produk atau jasa yang melibatkan pemberi waralaba. Pemberi waralaba ini menetapkan merek atau nama dagang dan sistem bisnis kepada penerima waralaba. Bagi Penerima waralaba, mereka memiliki kewajiban membayar royalti dan seringkali biaya awal untuk hak melakukan bisnis di bawah nama dan sistem pemberi waralaba. Pada praktiknya, perjanjian kontrak antara dua pihak baik penerima ataupun pemberi waralaba untuk pendistribusian *brand* bisnis dan pelaksanaan usaha yang memakai sistem dalam perjanjian tersebut adalah termasuk ruang lingkup bisnis waralaba (*International Franchise Association, n.d.*).

Berbagai definisi yang sudah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa waralaba merupakan sebuah lini usaha yang menggunakan barang tidak berwujud (*intangible*) yaitu suatu merek sebagai alat pemasaran utama, mengandalkan sistem yang dibuat suatu merek dan memiliki perjanjian tertulis antara 2 pihak yang bersepakat yakni *franchisor* dan *franchisee*. Di Indonesia sendiri, penggunaan *franchise* ini pertama kali didirikan pada tahun 1979 yaitu waralaba KFC yang berlokasi di Jalan Melawai, Jakarta Selatan (Sukandar, 2021). Kebanyakan *franchise* yang pertama di Indonesia berasal dari luar negeri seperti Pizza Hut yang berasal dari Amerika Serikat dan Swensen's yang berasal dari Singapura. Sementara salah satu pionir *franchise* di Indonesia contohnya adalah Es Teler 77 dan Widyaloka. Kini, bisnis *franchise* bisa kita lihat sudah cukup banyak baik perusahaan besar maupun kecil di semua jenis usaha yang ada di Indonesia. Salah

satu model *franchise* raksasa yang paling terkenal saat ini yaitu seperti Alfamart dan Indomaret. Gerai *franchise* dari toko retail ini sudah tersebar di seluruh Indonesia terutama di kota-kota besar dan beberapa memakai sistem waralaba.

2.1.2 Franchisee dan Franchisor

Usaha waralaba melibatkan minimal 2 pihak, yaitu penerima dan pemberi waralaba. Dalam bahasa Inggris, penerima waralaba disebut *franchisee* dan pemilik/pemberi waralaba disebut *franchisor*. Menurut KBBI, penerima waralaba juga bisa disebut terwaralaba sedangkan pemberi waralaba disebut pewaralaba. Definisi penerima dan pemberi waralaba ini terdapat pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019⁹ yaitu untuk “penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba”. Adapun penerima waralaba lanjutan, yaitu “pihak yang menerima hak dari pemberi waralaba lanjutan untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba”. Sedangkan untuk pemberi waralaba, “adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba”. Terdapat juga pemberi waralaba lanjutan yaitu “penerima waralaba yang diberi hak oleh pemberi waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan”. Menurut Situmorang (2013), *franchisee* dan *franchisor* memiliki definisi yang serupa dengan Permendag, yaitu pemberi waralaba adalah pihak yang memberikan hak tertentu yang bisa berupa hak

⁹ Terdapat pada Pasal 1.

kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan penerima waralaba adalah pihak yang diberikan hak untuk menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.

Penggunaan dan/atau pemanfaatan hak tertentu yang disebutkan dalam sistem bisnis waralaba ini menawarkan pertimbangan investasi yang berbeda kepada investor dalam hal ini *franchisee* ketimbang membuka bisnis sendiri atau menggunakan bentuk badan usaha yang umum seperti Firma dan Perseroan Terbatas. Menurut Dewi (2017), terdapat kelebihan dan kekurangan yang mungkin terjadi pada pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba. Untuk penerima waralaba, terdapat beberapa kelebihan sebagai berikut.

- 1) Modal yang diperlukan untuk membuka usaha waralaba lebih sedikit dibandingkan dengan usaha mandiri yang independen.
- 2) *Franchisee* tidak harus memiliki pengetahuan bisnis yang akan digeluti karena *franchisor* yang akan melakukan pelatihan.
- 3) Mendapat hak untuk mengelola bisnis yang sudah legal, mapan dan populer sehingga tidak harus mengembangkan ide produk atau jasa dari awal yang memerlukan waktu dan tenaga.
- 4) *Franchisee* hanya memerlukan proses belajar yang singkat, tujuan yang terarah, serta promosi yang efisien.
- 5) Produk atau jasa yang sudah terkenal serta merek dagang yang sudah besar.

- 6) Memperoleh pendampingan manajemen (pemasaran, produksi, keuangan dan SDM) dan dukungan promosi dilakukan untuk menunjukkan ke pasar bahwa bisnis tersebut masih dalam satu naungan.
- 7) Memiliki sistem pemasaran yang telah teruji.
- 8) Resiko kegagalan bisnis yang relatif rendah.

Adapun kelemahan yang juga mungkin timbul dari bisnis waralaba ini terhadap penerima waralaba, yaitu sebagai berikut.

- 1) Meski waralaba menjadi hak milik pribadi, kebijakan secara umum banyak ditentukan oleh *franchisor* sehingga untuk membentuk sistem yang baku memerlukan proses yang birokratis.
- 2) Biasanya *franchisor* mengontrol berbagai aspek pengoperasian bisnis, bahkan terlalu membatasi.
- 3) Untuk mendapatkan hak waralaba, *franchisee* harus mempertimbangkan modal untuk pembayaran royalti yang tinggi.

Pertimbangan kelebihan dan kekurangan ini juga berlaku untuk pihak *franchisor* yang ingin menawarkan hak waralaba nya kepada *franchisee*. Berikut keuntungan yang mungkin timbul dari sisi *franchisor*.

- 1) *Franchisor* hanya menerima persentase dari penghasilan kotor. Sehingga jika *franchisee* mendapat keuntungan lebih, maka tidak mendapat bagian.
- 2) *Franchisee* ikut bertanggung jawab langsung menangani operasional usahanya, sehingga beban risiko dapat berkurang bagi pihak *franchisor*.
- 3) Bagi *franchisor*, *debt to equity ratio* menjadi positif karena tidak perlu mencari sumber pendanaan lain seperti utang.

- 4) Mudah dikembangkan suatu pasar atau perluasan wilayah baru karena nama *franchisor* yang sudah terkenal.
- 5) Bisnis waralaba kemungkinan berkembang karena dari sisi *Franchisee* biasanya memiliki motivasi yang kuat untuk mengembangkan bisnisnya sendiri.
- 6) Kecilnya modal yang diperlukan untuk memperluas usaha karena sebagian besar modal ditanggung oleh *franchisee*.
- 7) Jumlah karyawan dari pihak *franchisor* relatif lebih sedikit, sehingga beban usaha berkurang.
- 8) Setiap kali dibuka unit waralaba yang baru, biasanya daya beli kelompok usaha relatif meningkat.

Kelemahan juga mungkin timbul bagi *franchisor*, yaitu sebagai berikut.

- 1) Dalam pelaksanaannya, *Franchisor* tidak mudah mengontrol *franchisee* sepenuhnya sehingga sulit mengadakan perubahan atau inovasi bisnis yang baru.
- 2) Kecenderungan harapan yang terlalu tinggi bagi *franchisor* oleh *franchisee* untuk mendapat keuntungan besar dalam waktu yang singkat.
- 3) Jika ada kenaikan dari segi biaya, biasanya *franchisor* tidak mudah untuk meyakinkan *franchisee*.
- 4) Kesalahan dalam pemilihan *franchise* dapat merusak reputasi *franchisor*.
- 5) Perjanjian waralaba biasanya disepakati dalam jangka waktu yang lama, jika *franchisor* ingin mengakhiri perjanjian waralaba secara sepihak, misalnya karena ada kejadian yang tidak terantisipasi, tidak mudah mengakhiri perjanjian waralaba tanpa alasan-alasan yang sah.

Dalam perspektif hukum bisnis syariah, sistem bisnis waralaba berupa suatu perjanjian timbal balik antara pemberi waralaba maupun penerima waralaba haruslah berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu satu sama lain. Dalam waralaba juga diperlukan adanya prinsip keterbukaan dan kehati-hatian. Hal ini tentunya sesuai dengan ajaran agama Islam. Kerja sama yang mengikat antara penerima dan pemberi waralaba yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak juga termasuk *syirkah* (Syahrani, 2012). Sehubungan dengan kelebihan dan kekurangan dalam bisnis waralaba, Octavia (2018) juga menyatakan bahwa keuntungan bisnis waralaba adalah peluang menjalankan usaha lebih terjamin karena tidak harus memulai usaha dari nol, jaringan promosi yang luas, pelatihan dan dukungan dari pemberi waralaba yang berkelanjutan. Sedangkan, juga terdapat kelemahan yang mungkin terjadi yaitu bahwa waralaba akan bersifat lebih kaku dan tidak sepenuhnya dapat dikembangkan menurut keinginan pribadi, karena melibatkan pemberi waralaba juga dalam perjanjian.

Selain kelebihan dan kekurangan, diatur juga mengenai hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba (Kementerian Perdagangan RI, 2019). Beberapa persyaratan harus dipenuhi oleh pemilik waralaba agar terdapat suatu standar minimal yang sesuai kriteria usaha yang ditetapkan pemerintah dalam hal ini terutama adalah Kementerian Perdagangan. Penerbitan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 ini merupakan peraturan baru dan menggantikan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M -DAG / PER/ 9/2014 tentang penyelenggaraan waralaba. Dalam peraturan ini, pelaku usaha waralaba baik penerima maupun pemberi waralaba akan berada dalam pengawasan, evaluasi

dan bimbingan oleh Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi selaku unit Eselon II di lingkungan Kementerian Perdagangan yang mengurus waralaba. Hal ini cukup penting untuk menjamin kualitas lingkungan bisnis serta menegakkan hukum yang berlaku. Berikut adalah beberapa poin tentang hak dan kewajiban dari pemberi dan penerima waralaba menurut Permendag No 71 tersebut.

Tabel I. 1 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha Waralaba

Keterangan	Pemberi Waralaba	Penerima Waralaba
1. Hak	Hak untuk menerima <i>fee</i> atau <i>royalty</i> dari penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan.	Hak untuk menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba.
2. Kewajiban	Berkewajiban untuk memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba dan penerima waralaba lanjutan.	Berkewajiban untuk menjaga kode etik/kerahasiaan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba.
3. Pembinaan Pemerintah	Pembinaan oleh pemerintah disebutkan di Pasal 22.	Pembinaan oleh pemerintah disebutkan di Pasal 22.
4. Pembinaan oleh Mitra	Wajib memberikan pembinaan kepada penerima waralaba dan penerima waralaba lanjutan sesuai Pasal 24.	Berhak atas pembinaan oleh pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan sesuai pasal 24.
5. Kelengkapan administratif	HKI, Prospektus Penawaran Waralaba, Perjanjian Waralaba, STPW, Logo Waralaba dan Laporan Kegiatan Usaha.	Perjanjian Waralaba, STPW, Logo Waralaba dan Laporan Kegiatan Usaha.

Sumber : Diolah dari Permendag Nomor 71 Tahun 2019

2.1.3 Perizinan Waralaba

Perizinan menurut KBBI adalah pernyataan yang mengabulkan. Perizinan yang masuk dalam ruang lingkup waralaba adalah segala bentuk perizinan baik berupa surat-surat, perjanjian atau keperluan administratif lain yang perlu dilengkapi oleh penyelenggara waralaba¹⁰ agar menjadi legal¹¹ di hadapan hukum. Sehubungan dengan itu, Fitriyanti (2019) menyatakan bahwa perizinan adalah pemberian legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu, baik dalam bentuk izin maupun tanda daftar usaha.

Perizinan terkait waralaba pun dijelaskan secara rinci di Permendag Nomor 71 Tahun 2019 sebagai dasar hukum penyelenggaraan waralaba dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba. Dalam kedua peraturan tersebut, disebutkan kelengkapan perizinan dan administrasi yang harus dimiliki dalam suatu usaha waralaba adalah sebagai berikut.

- 1) Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
- 2) Perjanjian Waralaba.
- 3) Prospektus Penawaran Waralaba.
- 4) Legalitas Usaha Waralaba.
- 5) Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).
- 6) Logo Waralaba..
- 7) Laporan Kegiatan Usaha.

¹⁰ Penyelenggara waralaba disebutkan di Pasal 4 Permendag No 71 Tahun 2019.

¹¹ Menurut KBBI adalah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Tabel II. 2 Kelengkapan Administrasi Waralaba

Jenis Kelengkapan	Fungsi	Pihak yang Wajib Memiliki
1. Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Melindungi pencipta atau pemilik usaha dari plagiat dan merupakan pengakuan resmi pemerintah	Pemberi waralaba
2. Perjanjian Waralaba	Perjanjian tertulis sebagai ikatan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba	Pemberi waralaba dan penerima waralaba
3. Prospektus Penawaran Waralaba	Keterangan tertulis dari pemberi waralaba sebagai tawaran bisnis kepada calon penerima waralaba	Pemberi waralaba
4. Legalitas Usaha Waralaba	Surat izin teknis atas usaha yang dijalankan pemberi waralaba	Pemberi waralaba
5. STPW	Surat tanda bukti pendaftaran perjanjian waralaba antara pemberi dan penerima waralaba	Pemberi waralaba dan penerima waralaba
6. Logo Waralaba	Tanda pengenal sebagai identitas usaha waralaba baik bagi pemberi ataupun penerima waralaba	Pemberi waralaba dan penerima waralaba
7. Laporan Kegiatan Usaha	Merupakan bentuk pengawasan pihak berwenang atas penyelenggaraan usaha waralaba	Pemberi waralaba dan penerima waralaba

Sumber : Diolah Penulis

Peraturan tentang penyelenggaraan waralaba dibuat agar lebih meningkatkan tertib usaha dan kepastian hukum baik untuk penerima ataupun pemberi waralaba (Pemerintah RI, 2007). Pada dasarnya, usaha *Franchise* menyangkut relasi antara dua pihak yang harus saling mendukung agar terciptanya lingkungan usaha yang kondusif. Salah satu faktor yang dapat menciptakan kondisi

yang kondusif antara kedua belah pihak adalah kepercayaan atau *trust* (Situmorang, 2013). Potensi terjadinya *fraud* dalam waralaba pun juga sangat dimungkinkan. Sebagai contohnya, jika *franchisee* diberi hak untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan, *franchisee* pertama wajib mempunyai dan melaksanakan sendiri minimal satu tempat usaha waralaba. Hal ini untuk mencegah terwaralaba bertindak curang memanfaatkan *know how* yang diperoleh dari pewaralaba yang berlawanan dengan hak atas kekayaan intelektual (Mathar, 2016).

Gambar II. 1 Contoh Proposal Penawaran Waralaba



Sumber : PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (2020)

Kemudahan dan tawaran bisnis yang sudah terjamin membuat banyak masyarakat tertarik menjadi investor waralaba. Maka dari itu, peraturan terkait waralaba juga disesuaikan agar berjalannya usaha waralaba benar-benar sudah sesuai kriteria minimal. Seperti di Pasal 2 Permendag No 71 Tahun 2019, diatur minimal pengalaman 5 (lima) tahun dalam menjalankan usaha, memiliki HKI yang sudah terdaftar serta memiliki ciri khas usaha yang mudah diaplikasikan dan

terbukti menguntungkan. Peraturan ini pun tercantum konsekuensi yang jika tidak dilaksanakan akan dikenai sanksi. Contohnya, denda sesuai Pasal 18 PP No 42 Tahun 2007 atas pemberi waralaba yang tidak melakukan pendaftaran prospektus penawaran atau perjanjian waralaba maka dapat dikenakan denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah). Uniknya, tidak terdapat peraturan mengenai pajak pada Permendag No 71 Tahun 2019 dan PP No 42 Tahun 2007 ini.

2.1.4 Gambaran Proses Bisnis Waralaba

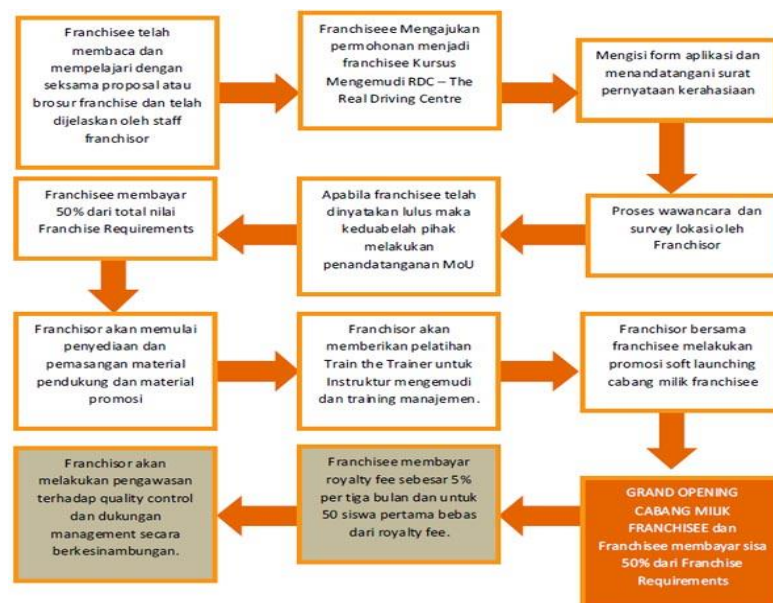
Menurut Hammer dan Champy (1993, dikutip dalam Weske, 2007), proses bisnis adalah sekumpulan aktivitas yang berhubungan satu sama lain dari *input* hingga ke tujuan akhir yaitu menciptakan suatu keluaran yang berharga bagi konsumen. Proses bisnis waralaba secara umum adalah sebagai berikut¹².

- 1) Dimulai dari pemberi waralaba yang harus memenuhi kriteria waralaba, setelah itu mendaftarkan semua perizinan waralabanya, seperti pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Kemenkumham, melengkapi kelengkapan usaha seperti misalnya legalitas usaha contohnya Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) serta kewajiban lain seperti misalnya NPWP untuk keperluan perpajakan,
- 2) Lalu pemberi waralaba harus mendaftarkan Prospektus Penawaran Waralaba kepada Menteri Perdagangan,
- 3) Pemberi waralaba melakukan penawaran dan mencari penerima waralaba,

¹² Merupakan gambaran umum, bisa saja alur proses bisnis berbeda-beda setiap usaha waralaba.

- 4) Negosiasi, survei, penentuan lokasi, kesepakatan yang diperlukan serta penyusunan Surat Perjanjian Waralaba antara pemberi dan penerima waralaba,
- 5) Pembuatan Surat Perjanjian Waralaba,
- 6) Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW),
- 7) Biasanya *franchisee* akan dikenakan biaya awal yaitu *franchise fee*,
- 8) Setelah menerima pembayaran awal, *franchisor* akan memulai segala persiapan seperti pembangunan tempat usaha, pelatihan Sumber Daya Manusia (SDM), penyaluran bahan baku dan promosi,
- 9) Bisnis dijalankan oleh *franchisee*, setiap tenggat waktu tertentu akan dikenai *royalty fee* (Idris, 2021),
- 10) Pembimbingan berkelanjutan, *quality control* hingga bantuan pembuatan laporan kegiatan usaha oleh franchisor kepada *franchisee*,
- 11) Jika jangka waktu perjanjian habis, dapat diperpanjang atau kontrak selesai.

Gambar II. 2 Contoh Skema Bisnis Waralaba RDC



Sumber : waralabaku.com

2.1.5 Definisi Pajak dan PPN

Sesuai Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 s.t.d.t.d¹³ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, definisi 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”. Definisi pajak lain dituliskan oleh Adriani (n.d., dikutip dalam Dewi, 2017) adalah iuran yang dipaksakan kepada negara yang terutang oleh pihak yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapatkan prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan berguna untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum sehubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Pajak pun terbagi atas beberapa jenis pajak, salah satunya adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Dengan dasar hukum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah s.t.d.t.d UU Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, PPN adalah pajak yang dikenakan atas konsumsi Barang dan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean. Menurut situs kemenkeu.go.id, definisi PPN adalah pajak yang dikenakan atas setiap pertambahan nilai dari barang atau jasa dalam peredarannya dari produsen ke konsumen. Pada dasarnya, pengenaan PPN dikenakan atas semua transaksi barang dan jasa yang menurut Undang-Undang

¹³ Merupakan singkatan dari “sebagaimana telah diubah terakhir dengan”.

termasuk objek PPN dan tidak masuk ke dalam *negative list* PPN sesuai pasal 4A UU PPN.

2.1.6 Subjek dan Objek PPN

Pajak Pertambahan Nilai memiliki sasaran pengenaan yang berbeda dibandingkan Pajak Penghasilan (PPh). Walaupun sama-sama merupakan pajak pusat dan dikelola oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) (OnlinePajak, 2018), PPN merupakan pajak objektif, yaitu pajak yang pengenaannya berfokus pada nilai objek yang dikenai pajak dan setelah itu baru ditetapkan subjeknya. Sedangkan, Pajak Penghasilan (PPh) merupakan pajak subjektif yang berfokus pada entitas subjeknya yang telah ditetapkan sebagai Wajib Pajak yang memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya setelah memenuhi syarat subjektif sesuai Pasal 2A UU PPh¹⁴. Pengenaan PPN tidak peduli terhadap bagaimana kondisi subjek pajak dan memiliki dampak regresif, yaitu semakin tinggi kemampuan ekonomi konsumen, akan semakin ringan beban pajak yang dipikul. Sebagai contoh, seorang konglomerat yang membeli barang di toko retail yang sudah PKP akan dikenai tarif pajak yang sama dengan seorang yang memiliki penghasilan di bawah Upah Minimum Regional (UMR). Contoh lain dari pajak objektif adalah Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

Subjek dari UU PPN adalah Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan non PKP. Definisi PKP sendiri ada di Pasal 1 UU PPN ,yaitu pengusaha yang melakukan

¹⁴ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana terakhir diubah dalam UU Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.

penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau penyerahan Jasa Kena Pajak yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang PPN. PKP juga harus membuat faktur pajak yang sesuai dengan format yang ditetapkan oleh DJP pada setiap transaksi penyerahan Barang Kena Pajak ataupun Jasa Kena Pajak. Pengenaan PPN pada non PKP juga bisa terjadi pada beberapa peristiwa yang mengakibatkan utang pajak. Misalnya, orang pribadi yang melakukan Kegiatan Membangun Sendiri (KMS) akan dikenakan PPN sesuai Pasal 16C UU PPN.

Objek PPN terdapat pada Pasal 4, Pasal 16C dan Pasal 16D. Pada pasal 4, objek PPN adalah sebagai berikut.

- 1) Penyerahan Barang Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha.
- 2) Impor Barang Kena Pajak.
- 3) Penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha.
- 4) Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean.
- 5) Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean.
- 6) Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak.
- 7) Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak.
- 8) Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak.

Objek untuk Pasal 16C adalah Kegiatan Membangun Sendiri yang dilakukan di luar kegiatan usaha atau pekerjaan oleh subjek pajak dan hasilnya digunakan sendiri.

Sedangkan Pasal 16D dikenakan atas penyerahan BKP berupa aktiva yang tujuan awalnya tidak untuk diperjualbelikan oleh Pengusaha Kena Pajak.

2.1.7 Tarif dan DPP PPN

Perhitungan pengenaan PPN adalah perkalian antara Dasar Pengenaan Pajak (DPP) dengan tarif yang berlaku. DPP PPN terdapat pada Pasal 1 angka 17 UU PPN yang secara lebih lanjut, dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel III. 3 DPP PPN

Jenis DPP	Pengertian	Objek yang Dikenakan	Dikecualikan
1. Harga Jual	Nilai berupa uang, termasuk biaya yang sesungguhnya diminta dalam penyerahan	Barang Kena Pajak (BKP)	PPN dan potongan harga yang tercantum di faktur pajak
2. Penggantian	Nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang sesungguhnya diminta	Jasa Kena Pajak (JKP), ekspor JKP dan ekspor BKPTB	PPN dan potongan harga yang tercantum di faktur pajak
3. Nilai Impor	Nilai berupa uang, bea masuk ditambah pungutan sesuai UU	Impor BKP	PPN dan PPnBM
4. Nilai Ekspor	Nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang sesungguhnya diminta	Ekspor BKP dan JKP	-
5. Nilai Lain	Nilai lain yang diatur lebih lanjut berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan	Diatur lebih lanjut di PMK	Diatur lebih lanjut di PMK

Sumber : Diolah dari UU PPN

Tarif PPN yang berlaku di Indonesia terdapat di Pasal 7 UU PPN. Pada pasal ini diatur bahwa tarif PPN 0% (nol persen) diterapkan pada ekspor BKP, ekspor BKPTB dan ekspor JKP. Sedangkan, satu tarif PPN selain ekspor bisa berkisar antara 5% hingga 15% (Pemerintah RI, 2021). Tarif yang berlaku per 1 April 2022 adalah 11% dan akan menjadi 12% paling lambat 1 Januari 2025. Tarif ini mengalami kenaikan setelah sebelumnya hanya 10% (ddtc.co.id, 2020).

Penghitungan PPN dengan tarif dan DPP nya dicontohkan sebagai berikut. PT A (PKP) yang bergerak di bidang industri sepatu pada 2 April 2022 menjual hasil produksinya berupa sepatu kepada konsumen. Harga yang tercantum adalah sebesar Rp1.000.000 (satu juta rupiah), belum termasuk PPN dan terdapat diskon sebesar 10% pada pembelian di hari tersebut. Pak B selaku konsumen membeli barang tersebut dengan harga sebagai berikut.

DPP : Harga jual – potongan harga

$$1.000.000 - (10\% \times 1.000.000) = 900.000$$

Tarif : 11% x DPP

$$11\% \times 900.000 = 99.000$$

Harga Total : Harga jual + PPN

$$900.000 + 99.000 = \text{RP } 999.000.$$

2.1.8 Pemungutan PPN

Pemungutan PPN secara sederhana dimulai dari ada tidaknya sebuah transaksi yang terutang BKP dan/atau JKP. Dasar hukumnya berada di Pasal 11 UU PPN yang mengatur bahwa saat terutang PPN menganut prinsip akrual yaitu, saat terutangnya pajak terjadi pada saat penyerahan sesungguhnya Barang Kena Pajak

atau Jasa Kena Pajak. Namun, dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan, maka PPN terutang sebesar jumlah DPP pembayaran dikalikan dengan tarif yang berlaku. Sebagai contohnya, pembayaran PPN sesuai termin jasa konstruksi. Diatur pula bahwa DJP selaku instansi yang berwenang dapat menetapkan saat lain sebagai saat terutangnya PPN jika saat terutangnya PPN sukar untuk ditetapkan.

Secara umum, pemungutan PPN dilakukan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP). Selain PKP, terdapat juga bendahara pemerintah, badan, atau instansi pemerintah yang ditunjuk oleh Menteri Keuangan untuk memungut, menyetor dan melaporkan PPN yang terutang. Pemungutan PPN dilakukan dengan menggunakan mekanisme pajak keluaran dan pajak masukan. Mekanisme ini merupakan bukti dari salah satu karakteristik PPN yaitu *multi stage levy* yang non kumulatif, dimana pengenaan PPN dikenakan di setiap mata rantai jalur produksi, distribusi hingga ke konsumen akhir. Mekanisme ini mengharuskan semua PKP menggunakan faktur pajak (FP) sebagai bukti pungutan pajak sehingga pajak masukan dapat dikreditkan. Wajib Pajak selain PKP juga dapat menjadi subjek PPN. Hanya saja, mereka yang bukan PKP tidak boleh membuat faktur pajak. Sehubungan dengan itu, Sukardji (2010, dikutip dalam Djufri, 2019) menafsirkan bahwa sesuai Pasal 1 angka 27 UU PPN, pemungut PPN wajib memungut pajak terutang atas penyerahan BKP dan/atau JKP oleh PKP, sehingga jika yang melakukan penyerahan adalah non PKP otomatis penyerahan ini tidak terutang PPN.

Pemungutan PPN yang dilakukan oleh subjek pemungut PPN, dimana digambarkan terdapat sistem Wajib Pungut (Wapu) sebagai pemungut PPN yang utama, lalu dilanjut dengan mekanisme umum pemungutan oleh PKP. Terdapat

juga perkembangan dengan ditunjuknya pemungut PPN Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang diatur teknisnya sesuai Peraturan Menteri Keuangan Nomor 48/PMK.03/2020, sebagai contoh adalah Netflix dan PT Tokopedia¹⁵. Lalu, mekanisme penyetoran sendiri dilakukan oleh pihak non PKP yang dalam transaksi tidak ada Wapu, PKP atau pemungut PPN PMSE. Sebagai contoh, impor BKP oleh orang pribadi non PKP tetap dikenai PPN melalui Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.

Gambar II. 3 Hierarki Pemungutan PPN



Sumber : Wijaya (n.d.)

¹⁵ Ditunjuk per 1 Desember 2020.

2.1.9 PPN pada UU HPP

Peraturan perpajakan mengalami perubahan pada saat penulisan karya tulis ini. Perubahan juga terjadi pada Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai. Pengesahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan pada tanggal 27 Oktober 2021 telah merubah beberapa poin pada UU PPN yang terakhir diubah pada UU No 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yaitu di antaranya sebagai berikut.

- 1) Penghapusan beberapa *negative list*, seperti barang kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat banyak, jasa pendidikan, jasa pelayanan sosial dan jasa pelayanan kesehatan medis yang berubah menjadi barang dan jasa yang dibebaskan dari pengenaan PPN (Santoso, 2021).
- 2) Kenaikan tarif PPN secara bertahap yaitu dari 10% ke 11% per 1 April 2022 dan menjadi 12% paling lambat 1 Januari 2025.
- 3) Disisipkan 1 pasal baru yaitu Pasal 9A yang mengatur bahwa PKP yang memenuhi kriteria sesuai pasal tersebut dapat memungut dan menyetorkan PPN terutang atas penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau Jasa Kena Pajak dengan besaran tertentu.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian mengenai waralaba, penulis juga menggunakan beberapa referensi yaitu dari penelitian terdahulu. Referensi pertama yang digunakan penulis adalah skripsi yang berjudul “Aspek Hukum Pengenaan Pajak Terhadap Usaha Waralaba Di Indonesia” yang ditulis oleh Rindy Purnama Dewi (2017) dari Universitas Sumatera Utara. Skripsi ini berfokus tentang

bagaimana pengenaan pajak secara keseluruhan kepada sistem usaha waralaba dan juga sanksi hukum yang timbul atas kewajiban pajak tersebut. Penelitian ini lebih banyak menggunakan pendekatan hukum terhadap kewajiban pajak yang timbul dan bisa dikenakan terhadap bisnis waralaba. Pada skripsi Dewi (2017), juga diperoleh bahwa terdapat beberapa jenis imbalan dan penghasilan yang mungkin muncul pada rantai bisnis waralaba antara lain royalti, imbalan jasa teknik, dan penghasilan dari usaha yang menjadi objek Pajak Penghasilan. Transaksi atas Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak baik berwujud ataupun tidak berwujud juga menjadi objek dari pengenaan Pajak Pertambahan Nilai. Namun, pada kenyataannya tidak mudah untuk memaksimalkan potensi pajak tersebut. Contohnya saja, sulit menentukan jumlah royalti yang bisa dikenakan pajak bahkan pada beberapa kasus menimbulkan sengketa pajak antara Wajib Pajak dengan DJP. Kebanyakan waralaba juga masih masuk pada ranah Usaha Menengah, Kecil dan Mikro (UMKM) sehingga kesadaran akan perpajakan masih minim, dalam hal PPN maka potensi pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (PKP) juga akan minim. Padahal harapannya perkembangan bisnis waralaba yang banyak membantu UMKM bisa meningkatkan *tax ratio* negara sehingga bisa bersaing dengan negara-negara lain yang juga memiliki banyak bisnis berbasis *franchise*.

Penelitian ini juga mengambil referensi lain berupa jurnal yang ditulis Mudassir Mathar (2016) yang berjudul “Aspek Hukum Usaha Waralaba Di Indonesia”, yang disusun dengan memakai perspektif hukum terutama pada kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang timbul dari perjanjian waralaba termasuk

juga undang-undang lain yang berpotensi timbul pada suatu bisnis waralaba seperti UU PPN, UU PPh, Undang-Undang tentang Hak Cipta dan lain-lain.

Penulis juga mengambil esai yang membahas tentang pengenaan PPN terhadap usaha waralaba. Penulis memakai esai yang berjudul “Aspek Pengenaan PPN Dalam Bisnis Penggunaan Franchise” yang ditulis oleh Rizky Aji Santoso sebagai referensi pengenaan PPN pada bisnis *franchise*. Berdasarkan esai tersebut, terdapat berbagai pengenaan PPN yang mungkin terjadi pada bisnis waralaba termasuk pada transaksi harta tak berwujud yang merupakan objek Barang Kena Pajak Tidak Berwujud (BKPTB). Adapun dijabarkan secara keseluruhan objek transaksi dalam bisnis waralaba yang terkena PPN yaitu penyerahan BKP dan JKP dalam Daerah Pabean, impor BKP dan/atau BKPTB, pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dan ekspor BKP oleh Pengusaha Kena Pajak. Disebut juga bahwa kesuksesan suatu bisnis waralaba sangat berkaitan dengan kekuatan hak merek tersebut sehingga hak milik intelektual menjadi objek transaksi yang berharga. Contohnya, atas pembayaran *royalty franchisee fee* yang biasanya terutang setiap periode yang disepakati. Maka, terdapat kewajiban PPh Pasal 23 bagi penerima penghasilan dan pengenaan PPN atas penyerahan BKPTB bagi pembayar royalti.

Penulis juga mengambil referensi secara kolektif berdasarkan teori yang tercantum pada undang-undang, survei dan peraturan mengenai waralaba dengan pembahasan dari berbagai sumber penelitian lain ataupun sumber lain seperti berita, artikel *website* dan buku. Hal ini karena penulis belum mendapat penelitian yang

dipublikasikan dan secara detail membahas mengenai pengenaan PPN atas waralaba.