

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penyokong dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM saat ini berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah capaian tersebut merupakan hasil kegiatan ekonomi UMKM yang jumlahnya saat ini mencapai 64,2 juta. UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta mampu menghimpun hingga 60,42% dari total investasi (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Tahun 2020 menjadi salah satu tonggak UMKM dalam perekonomian Indonesia. Berbeda dengan korporasi-korporasi besar yang sangat merugi bahkan kesulitan bertahan, UMKM tetap mampu melewati badai akibat pandemi Covid 19 bahkan ada banyak UMKM yang berkembang karena melebarkan sayapnya ke dunia digital. Pasar digital merupakan sumbu yang sangat berpotensi untuk digali lebih jauh. Apalagi pada tahun 2022, nilai transaksi *e-commerce* diperkirakan akan menyentuh Rp530 triliun (Bank Indonesia, 2021).

Salah satu sektor yang ada dalam UMKM adalah industri fesyen. Fesyen merupakan kebutuhan non primer yang tidak terlalu signifikan dibutuhkan dalam

kehidupan masyarakat, terutama di era pandemi ini. Maka bukan hal yang mengherankan apabila pada awal kemunculan pandemi Covid-19 penjualan produk fesyen merosot tajam. Terjadi penurunan penjualan hingga 34% untuk periode Januari-Maret 2020. Pada akhir tahun, berdasarkan analisis McKinsey Global Fashion Indeks, tingkat laba jatuh hingga 90% dibanding 2019 (Nindita, 2021). Sebenarnya penurunan pembelian terhadap fesyen merupakan sebuah hal wajar, karena perekonomian dunia sedang kacau akibat pandemi, sehingga sebagai bentuk pertahanan diri agar dapat bertahan hidup di keadaan yang tak menentu maka konsumen akan mengurangi pengeluarannya.

UMKM sektor fesyen saat awal pandemi Covid-19 lebih dulu mati daripada *brand-brand* yang sudah besar karena kondisi keuangan yang sangat terbatas. Namun, UMKM juga lebih cepat untuk bangkit karena lebih fleksibel untuk beradaptasi dan membuat beragam inovasi. Hal ini juga didorong dengan harga produk UMKM yang lebih terjangkau dibanding *brand* besar, sehingga konsumen masih dapat menekan pengeluarannya selama pandemi (Andriani, 2021). Meskipun lebih dulu mati, UMKM sektor fesyen mampu beradaptasi dengan cepat didukung adanya banyak *marketplace* berbasis daring seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain sebagainya. Dengan memasarkan produknya melalui *marketplace* tersebut, mereka lebih mampu menjangkau konsumen dan meningkatkan jangkauan produknya sehingga dari segi pendapatan juga mengalami peningkatan.

Peningkatan ini diiringi dengan berubahnya peraturan yang mengatur terkait perpajakan untuk sektor UMKM yang mengalami penurunan tarif pajak. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 mengenai pajak

penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu (<Rp4,8 miliar) dikenai pajak dengan tarif sebesar 1%. Kemudian diperbarui dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha dengan omzet di bawah Rp4,8 miliar setahun akan dikenakan Pajak Penghasilan sebesar 0,5% dari omzet dan pajak ini bersifat final. Pelaku UMKM juga dapat memilih untuk menggunakan skema Norma Penghitungan Penghasilan Neto (NPPN) bagi Wajib Pajak Orang Pribadi ataupun mengikuti skema tarif normal sesuai dengan Pasal 17 ayat (1) UU PPh.

Industri fesyen semakin bangkit dan berkembang yang ditunjukkan dengan semakin menjamurnya UMKM sektor *clothing*. Perkembangan ini ditandai dengan banyak dijumpai gerai-gerai di banyak sudut Kabupaten Boyolali. Sehingga penulis ingin mengetahui bagaimana proses bisnis dari usaha *clothing* serta kewajiban perpajakannya. Dari latar belakang di atas penulis ingin mengetahui potensi perpajakan usaha *clothing* di Kabupaten Boyolali. Oleh karena itu, penulis akan membuat Karya Tulis Tugas Akhir (KTTA) yang berjudul “ANALISIS ASPEK PAJAK PENGHASILAN ATAS USAHA CLOTHING DI KABUPATEN BOYOLALI”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam Karya Tulis Tingkat Akhir adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses bisnis dari usaha *clothing* di Kabupaten Boyolali?
2. Bagaimana aspek pajak penghasilan dari usaha *clothing*?

3. Apa saja kewajiban perpajakan yang sudah dilakukan?
4. Bagaimana upaya optimalisasi potensi PPh usaha *clothing* di Kabupaten Boyolali?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan Karya Tulis Tingkat Akhir adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses bisnis dari usaha *clothing* di Kabupaten Boyolali.
2. Mengetahui aspek pajak penghasilan dari usaha *clothing*.
3. Mengetahui kewajiban perpajakan yang telah dilakukan oleh pelaku usaha *clothing*.
4. Mengetahui upaya optimalisasi potensi PPh usaha *clothing* di Kabupaten.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penulisan yaitu usaha *clothing* yang ada di Kabupaten Boyolali. Dalam hal memperoleh data yang dibutuhkan, penulis melakukan wawancara sampling terhadap sejumlah pengusaha dengan skala UMKM untuk mendapatkan data sesungguhnya terkait penghasilan yang didapat dari kegiatan usaha sehingga dapat memberikan gambaran mengenai aspek-aspek perpajakan dari usaha *clothing* di Kabupaten Boyolali

1.5 Manfaat Penulisan

Penulisan Karya Tulis Tugas Akhir ini diharapkan mampu memberikan gambaran singkat terkait dengan proses bisnis usaha *clothing* yang ada di Kabupaten Boyolali. Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai potensi pajak yang timbul dari usaha *clothing*.

1.6 Sistematika Penulisan KTTA

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan penulisan, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian yang akan digunakan dalam penyusunan Karya Tulis Tugas Akhir, dan sistematika penulisan Karya Tulis Tugas Akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori yang digunakan sebagai dasar pembahasan. Landasan teori yang digunakan berupa definisi, dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018.

BAB III METODE DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi metode yang digunakan dalam melakukan penelitian dan pembahasan. Metode yang digunakan adalah metode studi pustaka dan metode studi lapangan yang meliputi wawancara, survei, dan observasi. Sedangkan pembahasan meliputi proses bisnis *clothing*, identifikasi kewajiban perpajakan *clothing*, peninjauan kesadaran perpajakan pengusaha *clothing*, dan potensi pajak atas usaha *clothing*.

BAB IV SIMPULAN

Bab ini berisi uraian tentang simpulan dan saran hasil tinjauan serta pembahasan dari penulis terhadap permasalahan yang diangkat penulis dalam Karya Tulis Tingkat Akhir ini.