

BAB I

PENDAHULUAN

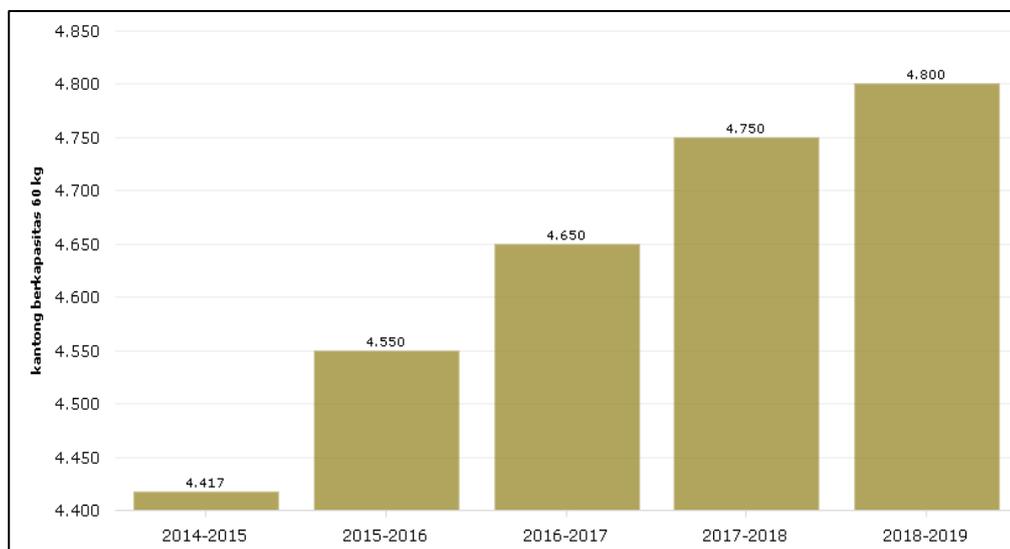
1.1 Latar Belakang

Fenomena globalisasi mengalami perkembangan yang sangat pesat di era abad 21 sekarang ini, seiring dengan kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Proses globalisasi mengacu pada penyempitan dunia secara intensif serta peningkatan kesadaran masyarakat akan dunia, diiringi dengan semakin meningkatnya koneksi global dan pemahaman dunia secara keseluruhan (Robertson,2000). Dengan kata lain, globalisasi merupakan upaya penyatuan masyarakat global, baik dari sisi budaya maupun gaya hidup sehingga menjadi lebih modern. Gaya hidup dapat diartikan sebagai pola hidup yang diekspresikan melalui minat, aktivitas, dan opini seseorang (Kotler, 2006). Sedangkan menurut Engel (1995), gaya hidup juga dapat diartikan sebagai pola hidup seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Jika dilihat dari fenomena yang ada di masyarakat, gaya hidup akan sangat mempengaruhi budaya konsumsi masyarakat.

Dalam masyarakat modern saat ini, gaya hidup lebih identik dengan perilaku konsumtif. Salah satu tren yang sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern saat ini adalah mengonsumsi kopi, tak terkecuali bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data *International Coffee Organization* (2021), mulai tahun

2017 hingga Mei 2021 Indonesia masih menjadi negara pengonsumsi kopi yang terbesar kedua di dunia setelah Brazil dalam hal konsumsi kopi negara eksportir. Selain itu, data *International Coffee Organization* (2020) menunjukkan bahwa tren konsumsi kopi domestik di Indonesia terus mengalami peningkatan selama lima tahun terakhir untuk periode 2014-2019.

Gambar I.1 Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Periode 2014-2019 (ICO)



Sumber: Databoks

Berdasarkan Gambar I.1, selama periode 2018-2019, jumlah konsumsi kopi domestik mencapai 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram. Angka tersebut menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan mengingat pada periode 2014-2015 jumlah konsumsi kopi domestik hanya 4.417 kantong berkapasitas 60 kilogram.

Budaya minum kopi di masyarakat Indonesia ini memang sudah menjadi kebiasaan hidup yang dilakukan secara turun-temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya (Satyajaya, dkk, 2014). Konsumsi kopi dipercaya memiliki manfaat bagi tubuh apabila tidak dikonsumsi secara berlebihan. Kafein yang terkandung

dalam kopi dapat mendorong kerja syaraf sehingga menimbulkan beberapa efek seperti semangat kerja menjadi bertambah, lebih cepat dalam berpikir, dapat meningkatkan konsentrasi serta mengurangi kelelahan mental (Yulisa, dkk, 2013). Pada awalnya, budaya minum kopi biasa dilakukan masyarakat di warung-warung kopi sederhana. Namun seiring dengan perkembangannya, terjadi pergeseran ke budaya minum kopi ke arah yang lebih modern. Terdapat istilah baru untuk menyebut warung kopi yaitu dengan sebutan kedai kopi atau *coffee shop*, atau bahkan lebih familiar dengan sebutan kafe. Pada perkembangannya, semula warung kopi berdiri di pinggir jalan dan sederhana, namun sekarang tak jarang kafe berdiri mewah di mal atau bahkan gedung hotel berbintang.

Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia setiap tahunnya berdampak pada meningkatnya usaha *coffee shop*. Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan peluang bisnis dari fenomena konsumsi kopi yang terus meningkat di Indonesia. Menurut data hasil survey yang dilakukan oleh Toffin Indonesia, terhitung per Agustus 2019, jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan tahun 2016 yang jumlahnya diperkirakan hanya sekitar 1.000 gerai (Syafina,2019). Bisnis *coffee shop* dinilai sangat menjajikan dan memiliki prospek yang cerah. Berdasarkan data sensus yang dilakukan oleh Toffin Indonesia bersama dengan Majalah MIX MarComm SWA Media Group, diketahui nilai pasar bisnis kedai kopi di Indonesia diperkirakan mencapai Rp4,8 triliun setiap tahun (Syafina, 2019). Angka tersebut bisa lebih besar lagi karena sensus yang dilakukan hanya mencakup gerai-gerai yang berada

di kota-kota besar. Hal tersebut dapat menggambarkan seberapa besar potensi pajak yang dapat digali dari bisnis *coffee shop* di Indonesia.

Maraknya bisnis *coffee shop* juga terjadi di Kota Malang sebagai kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya. Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Malang, Indra Setiyadi, menyatakan bahwa jumlah *coffee shop* atau kafe di Kota Malang mencapai ribuan tepatnya sekitar 1.000 lebih. Taget pasar utama bagi *coffee shop* di Kota Malang adalah para mahasiswa. Dilansir dari Kumparan, Kota Malang dikenal dengan julukan Kota Pendidikan karena memiliki banyak universitas ternama dan favorit di Indonesia. Terdapat sekitar 57 perguruan tinggi dengan jumlah total mahasiswa berkisar 300.000 orang. Kaum mahasiswa tersebut datang dari berbagai penjuru Indonesia. Sehingga bukan hal baru jika puluhan kafe berdiri berjejer di wilayah sekitar kampus, seperti di kawasan Jalan Soekarno-Hatta, kawasan Sigura-gura, dan kawasan Dinoyo. Karena kedai kopi yang semakin mewabah di Kota Malang, dalam beberapa tahun terakhir Kota Malang memiliki julukan baru yaitu “Kota Sejuta Kedai Kopi” (Iqbal, 2019).

Dengan adanya berbagai potensi tersebut, tak heran jika Malang menjadi kluster pengembangan kopi nasional pada 2020, yaitu pengembangan kopi dari hulu dari hingga hilir. Dengan adanya pengembangan tersebut, diharapkan kopi bisa menjadi alternatif penopang ekonomi masyarakat Malang (Anam, 2019). Dilihat dari sudut pandang perpajakan, maraknya usaha *coffee shop* ini tentu saja memunculkan potensi penerimaan pajak yang perlu menjadi perhatian. Kepala Bidang Pelayanan Pajak Daerah (BP2D) Kota Malang, Ade Herawanto

mengungkapkan bahwa pada tahun 2018 lalu mewabahnya kafe di Kota Malang menambah penerimaan pajak daerah berupa pajak restoran. Hal tersebut menjadikan pajak restoran menjadi pendapatan sektor pajak kedua terbesar di Kota Malang. Dilansir dari Kumparan, dari total Rp 433,5 miliar penerimaan pajak daerah pada tahun 2018, pajak restoran menyumbang angka yang cukup besar yakni Rp 63,5 miliar. Namun perlu diketahui bahwa pajak restoran tersebut tidak hanya bersumber dari kafe melainkan juga dari restoran, depot, warung, dan catering. Selain pajak restoran, terdapat potensi penerimaan pajak lainnya yang perlu menjadi perhatian dalam bisnis *coffee shop*, salah satunya adalah pajak penghasilan. Sejauh ini belum terdapat data yang pasti terkait kontribusi penerimaan pajak penghasilan dari kegiatan usaha *coffee shop*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti potensi penerimaan pajak penghasilan sektor usaha *coffee shop* yang ada di Kota Malang dan mengangkat fenomena ini menjadi topik pembahasan dalam menyusun Karya Tulis Tugas Akhir yang berjudul “TINJAUAN ASPEK DAN POTENSI PAJAK PENGHASILAN SEKTOR USAHA *COFFEE SHOP* DI KOTA MALANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang diajukan dalam Karya Tulis Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses bisnis atas usaha *coffee shop*?
2. Bagaimana aspek perpajakan dalam pemenuhan kewajiban pajak penghasilan sektor usaha *coffee shop* di Kota Malang?

3. Bagaimana potensi pajak penghasilan sektor usaha *coffee shop* di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penulisan yang ingin dicapai dalam Karya Tulis Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses bisnis atas usaha *coffee shop*.
2. Untuk mengetahui aspek perpajakan dalam pemenuhan kewajiban pajak penghasilan sektor usaha *coffee shop* di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui potensi pajak penghasilan sektor usaha *coffee shop* di Kota Malang.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penulisan dalam Karya Tulis Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Objek yang menjadi pembahasan adalah aspek perpajakan dalam pemenuhan kewajiban pajak penghasilan dan potensi pajak penghasilan dari sektor usaha *coffee shop*.
2. Lokasi yang digunakan untuk pembahasan terletak di Kota Malang. Lokasi ini dipilih karena di wilayah Kota Malang terdapat ribuan usaha *coffee shop*.
3. *Coffee shop* yang menjadi objek penelitian dalam Karya Tulis Tugas Akhir ini merupakan hasil sampling dari *coffee shop* yang masih berdiri dan aktif beroperasi sampai saat ini. Mengingat banyaknya *coffee shop* yang tumbang terutama di tengah kondisi pandemi covid 19. Pengambilan sampel berfokus

pada gerai-gerai *coffee shop* yang terletak di sekitaran perguruan tinggi yang ada di Kota Malang. Karena target pasar bagi usaha *coffee shop* di Kota Malang, mayoritas adalah kalangan mahasiswa.

1.5 Manfaat Penulisan

Penulisan Karya Tulis Tugas Akhir ini diharapkan memiliki manfaat, baik manfaat secara praktis maupun manfaat secara teoritis. Adapun manfaat penulisan Karya Tulis Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut.

1) Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Sebagai sarana pengimplementasian ilmu pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama masa kuliah, dapat menambah informasi dan wawasan mengenai aspek dan potensi pajak penghasilan atas bisnis *coffee shop* di Kota Malang.

b. Bagi pelaku usaha bisnis *coffee shop* dan masyarakat luas

Memberikan pemahaman mengenai aspek perpajakan dalam pemenuhan kewajiban pajak penghasilan atas bisnis *coffee shop* yang perlu menjadi pertimbangan ketika akan maupun telah menjalankan bisnis *coffee shop*. Terutama pemahaman mengenai cara perhitungan pajak penghasilan atas bisnis *coffee shop*.

c. Bagi Kantor Pelayanan Pajak

Sebagai saran dan rekomendasi dalam melakukan penggalan potensi dan pengawasan kewajiban pajak penghasilan dalam bidang usaha *coffee shop* di Kota Malang agar dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

2) Manfaat Teoritis

- a. Memperluas pemahaman dan pengetahuan penulis dalam bidang perpajakan khususnya mengenai pajak penghasilan atas usaha *coffee shop*.
- b. Sebagai referensi atau sumber acuan pada penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian lain yang berkaitan dengan aspek dan potensi pajak penghasilan atas bisnis *coffee shop*.

1.6 Sistematika Penulisan KTTA

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, ruang lingkup penulisan, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan dalam Karya Tulis Tugas Akhir ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan teori atau ketentuan serta penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang penulis lakukan. Landasan teori tersebut bersumber dari berbagai kajian dan literatur. Landasan teori dalam penelitian ini akan menguraikan pengertian usaha *coffee shop*, pengertian proses bisnis, konsep penghasilan, pajak, pajak penghasilan, pengertian potensi, metode jangkar. Kemudian secara lebih lanjut akan menguraikan penjelasan mengenai Wajib Pajak, aspek kewajiban pajak, kesadaran Wajib Pajak, dan cara perhitungan pajak penghasilan orang pribadi serta badan.

BAB III METODE DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan menjelaskan metode pengumpulan data yang digunakan, gambaran umum objek penelitian dan pembahasan hasil penelitian. Penulis akan menguraikan pembahasan yang berfokus pada proses bisnis usaha *coffee shop*, aspek perpajakan dalam pemenuhan kewajiban pajak penghasilan atas usaha *coffee shop* di Kota Malang, dan perhitungan potensi pajak penghasilan atas usaha *coffee shop* di Kota Malang.

BAB IV SIMPULAN

Bab ini berisi simpulan dan saran penulis berdasarkan landasan teori, pengolahan data, fakta di lapangan dan pembahasan yang telah penulis lakukan pada bab sebelumnya dalam penyusunan Karya Tulis Tugas Akhir mengenai “Tinjauan Aspek dan Potensi Pajak Penghasilan Sektor Usaha *Coffe Shop* di Kota Malang”.