

Strategi Bisnis, Pemanfaatan Insentif Pajak, dan Kepatuhan Wajib Pajak Perusahaan *Event Organizer* Selama Masa Pandemi Covid 19

Puji Astuti Rahayu¹, Monica Paramita Ratna Putri², Felisia³, Sandra Faninda⁴

DOI: <https://doi.org/10.35838/jrap.2022.009.02.22>

¹Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Jawa Barat

²Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Jawa Barat

³Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Jawa Barat

⁴Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Jawa Barat

ARTICLE INFO

JEL Classification:

H26, H32

Key words:

event organizer, tax incentives, compliance, business strategies.

ABSTRACT

One of the business sectors affected by the COVID-19 pandemic is event organizer. Some of the government's support for business are incentives of PPh Article 21, PPh Article 25, PPh Article 22 for imports, preliminary VAT refunds, lower corporate income tax rates, and incentives for MSMEs. The purpose of the study was to determine business strategies to survive in the midst of a pandemic, determine the use of tax incentives, and the level of tax compliance of the event organizer in the city of Bandung. The research uses descriptive methods and the data used are questionnaires and the results of interviews. The results are event organizers have the strength of capital and human resources that can help companies execute online events and produce digital products. Tax incentives are only used by 50% of respondents, the rest do not use them due to loss of information about the latest tax regulations from the Account Representative, no tax socialization given, and not understanding of tax regulations. There is a tax burden borne by the company because it does not take advantage of tax incentives. Regarding tax payer compliance, not all event organizer companies carry out their tax obligations correctly and on time.

ABSTRAK

Salah satu sektor usaha yang terdampak pandemic Covid 19 adalah penyelenggaraan acara atau dikenal dengan istilah event organizer. Beberapa dukungan pemerintah terhadap bisnis yang terdampak pandemic Covid 19 adalah insentif PPh Pasal 21, PPh Pasal 25, PPh Pasal 22 impor, pengembalian pendahuluan PPN, penurunan tarif PPh Badan, dan insentif bagi UMKM. Tujuan penelitian untuk mengetahui strateg bisnis untuk tetap bertahan di tengah pandemic, mengetahui pemanfaatan insentif pajak, dan tingkat kepatuhan pajak perusahaan event organizer di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan data yang digunakan berupa hasil kuesioner dan hasil wawancara pelaku usaha event organizer. Hasil penelitian bahwa perusahaan event organizer tetap dapat bertahan karena memiliki kekuatan modal dan kekuatan sumber daya manusia yang dapat membantu perusahaan mengekskusi trend baru dalam bisnis acara daring dan menghasilkan produk digital. Insentif pajak hanya dimanfaatkan oleh 50% responden, sisanya tidak memanfaatkan karena kurangnya informasi mengenai peraturan pajak terbaru dari account representative, tidak ada sosialisasi pajak yang diberikan kepada asosiasi perusahaan event organizer di Kota Bandung, dan tidak memahami peraturan perpajakan. Terdapat beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan karena tidak memanfaatkan insentif perpajakan. Mengenai kepatuhan wajib pajak, belum semua perusahaan event organizer melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan benar dan tepat waktu.

1. PENDAHULUAN

Kasus positif Covid 19 pertama kali terdeteksi di Indonesia pada bulan Maret 2020. Pada tanggal 13 April 2020, sesuai dengan

Keppres Nomor 12 Tahun 2020 Presiden telah menetapkan wabah Covid 19 sebagai bencana nasional non alam. Wabah Covid 19 ditetapkan sebagai bencana nasional karena berdampak

meningkatnya jumlah korban, kerugian harta benda, dan meluasnya cakupan wilayah yang terkena bencana. Pandemi Covid 19 juga memberikan efek domino pada aspek kesehatan yaitu menciptakan krisis kesehatan, aspek sosial yaitu berhentinya aktivitas ekonomi penyerap tenaga kerja, aspek pertumbuhan ekonomi yang menurun tajam, dan volatilitas sektor keuangan dan penurunan kinerja sektor riil (DJP, 2020).

Pandemi Covid 19 telah berdampak pada sebagian besar urat nadi sektor usaha di Indonesia. Menurut survei BPS (2020), salah satu sektor usaha terdampak pandemi Covid 19 adalah jasa perusahaan jasa, termasuk jasa penyelenggaraan acara yang dikenal dengan istilah *event organizer*. Adanya pembatasan sosial membuat industri ini mengalami kontraksi negatif. Tentunya hal ini berdampak pada keberlangsungan industri *event organizer* dan berdampak pada penghasilan karyawan yang bekerja di industri tersebut. Di sisi lain industri *event organizer* merupakan wajib pajak yang harus melaksanakan kewajiban perpajakan, seperti: menghitung pajak terutang, menyetorkan pajak terutang, dan melaporkan pajak terutang dengan menggunakan SPT. Dalam upaya untuk memulihkan perekonomian, pemerintah telah memberikan berbagai kebijakan yaitu: memperluas *testing* dan *tracing*, karantina dan kapasitas perawatan, mencari obat atau riset, meningkatkan kapasitas sektor kesehatan, mengatur produksi dan distribusi vaksin, menyiapkan kembali bekerja produktif dan aman, serta mendukung masyarakat dan bisnis yang terdampak (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, 2020). Beberapa dukungan pemerintah terhadap bisnis yang terdampak pandemi Covid 19 adalah 1) insentif usaha berupa PPh Pasal 21 yang ditanggung oleh Pemerintah, pembebasan PPh Pasal 22 impor, pengurangan angsuran PPh Pasal 25, pengembalian pendahuluan PPN, serta penurunan tarif PPh Badan; 2) insentif bagi UMKM berupa subsidi bunga, penjaminan untuk modal kerja, pembiayaan investasi kepada koperasi, dan PPh Final UMKM ditanggung oleh Pemerintah;

3) insentif bagi korporasi berupa penempatan dana untuk padat karya serta investasi untuk modal kerja; 4) insentif bagi sektor Kementerian atau Lembaga, yaitu: insentif perumahan, fasilitas pinjaman daerah, dan program padat karya (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, 2020). Kebijakan perpajakan tersebut merupakan angin segar yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh industri *event organizer*. Namun ternyata di lapangan tidak semua wajib pajak memperoleh informasi ataupun pengetahuan mengenai bagaimana memanfaatkan kebijakan perpajakan selama masa pandemi Covid 19.

Agar industri ini dapat bertahan di masa pandemi, maka pemerintah telah memberikan berbagai insentif perpajakan. Insentif perpajakan tersebut dapat dimanfaatkan baik oleh industri *event organizer* sebagai badan hukum, maupun karyawan *event organizer*. Kebijakan pemerintah merupakan faktor eksternal yang dapat membantu *event organizer* bertahan selama masa pandemi Covid 19. Sedangkan dari faktor internal terdapat beberapa hal yang dipertimbangkan yaitu: teknologi, *marketing*, distribusi, dan logistik. Diperlukan adanya analisis mengenai visi dan misi, formula strategi, serta implementasi strategi selama masa pandemi yang telah dilakukan oleh perusahaan *event organizer* selama masa pandemi Covid 19.

2. TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Berdasarkan PMK No.82/ PMK.03/2021 Insentif pajak yang berlaku hingga 31 Desember 2021 dan diberikan kepada wajib pajak terdampak pandemi Covid 19 yaitu: 1) Insentif PPh 21 ditanggung pemerintah. Beberapa syarat agar karyawan dapat menerima insentif ini, antara lain: memperoleh penghasilan dari pemberi kerja yang memiliki kode klasifikasi sesuai dengan lampiran PMK, memiliki NPWP, pada masa pajak yang bersangkutan memperoleh penghasilan bruto yang bersifat tetap dan teratur yang disetahunkan tidak lebih dari 200 juta. PPh 21 ditanggung pemerintah harus dibayarkan sendiri secara tunai oleh pemberi kerja pada

saat pembayaran penghasilan kepada pegawai. 2) Insentif pajak UMKM diperuntukkan bagi wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu dan dikenai PPh Final berdasarkan PP No. 3 Tahun 2018 dan menyampaikan laporan realisasi PPh final ditanggung pemerintah. 3) Insentif PPh Pasal 22 impor ditujukan bagi wajib pajak yang memiliki kode klasifikasi lapangan usaha tertentu sesuai dengan lampiran PMK, telah mendapatkan izin terkait Kawasan berikat, dan mengajukan permohonan Surat Keterangan Bebas untuk mendapatkan pembebasan dari pemungutan PPh pasal 22 impor. 4) Insentif angsuran PPh Pasal 25 diperuntukkan bagi wajib pajak yang memiliki kode klasifikasi lapangan usaha tertentu sebagaimana lampiran PMK, menyampaikan pemberitahuan pengurangan sebesar 50% dari angsuran PPh Pasal 25 yang seharusnya terutang. 5) Insentif PPN ditujukan untuk pengusaha kena pajak beresiko rendah yang memiliki kode klasifikasi lapangan usaha tertentu sebagaimana lampiran PMK, menyampaikan SPT Masa PPN lebih bayar restitusi dengan jumlah lebih bayar paling banyak 5 Miliar rupiah dapat diberikan pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak PKP beresiko rendah, dan memilih pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak.

Strategi menurut Datar dan Rajan (2021: 536) menggambarkan bagaimana perusahaan menyesuaikan antara kemampuan yang dimiliki dengan kesempatan yang ada untuk mencapai tujuan. Strategi bisnis merupakan seni dan ilmu merumuskan, mengimplementasikan, mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Strategi bisnis berfokus pada integrasi manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, sistem informasi untuk mencapai keberhasilan organisasi (Fred dan Forest, 2016: 33).

Dalam memformulasikan strategi, Datar dan Rajan (2021:536) menyatakan perusahaan dapat melakukan analisis industri dengan memfokuskan perhatian pada lima komponen, yaitu *competitors, potential entrants to market,*

equivalent products, bargaining power of customers, bargaining power of input suppliers. Menurut Fred dan Forest (2016: 69) strategi bisnis disusun dengan melalui beberapa tahap sebagai berikut a) Menyusun visi dan misi, b) memilih strategi yang terbaik dengan pertimbangan faktor internal dan eksternal perusahaan, c) mengimplementasikan strategi, c) mengeksekusi strategi, dan d) *monitoring* strategi.

Menurut Wulanda dkk (2016) *event organizer* merupakan lembaga yang menyelenggarakan suatu acara atas permintaan klien. Menurut Wulanda dkk (2016) *event* dibagi menjadi dua, yaitu: a) *pure event* merupakan event yang dikelola dari kemasan, penyajian acara, maupun pencarian sponsor untuk mendapatkan dana yang nantinya dikurangi dengan seluruh biaya persiapan dan pelaksanaan *event* yang menjadi keuntungan *event organizer*, b) *event by project* merupakan pembiayaan sudah diperoleh dari sponsor, *event organizer* hanya melaksanakan *event* dengan kemasan yang dapat menarik ikon produk dengan target *audience* yang sesuai keinginan sponsor.

Jenis-jenis *event organizer* menurut Nadzir (2016) antara lain: a) *brand activation*, pengelola acara yang secara spesifik membantu klien untuk meningkatkan penjualan ataupun pengenalan produk baru ke calon konsumen, b) MICE (*meeting, intencive, convention, and exhibition*), penyelenggara acara yang secara khusus berbentuk pertemuan, c) musik dan hiburan, penyelenggaraan acara spesifik berbentuk konser musik dan hiburan-hiburan lain, d) acara pribadi, merupakan penyelenggara acara yang mengadakan acara pesta pribadi.

Indikator kepatuhan dalam penelitian ini (Maxuel dan Primastiwi, 2021) adalah

1. kepatuhan dalam mendaftarkan diri ke kantor perpajakan
2. kepatuhan dalam menghitung pajak dengan benar
3. kepatuhan dalam membayar pajak dengan benar

4. kepatuhan dalam melaporkan pajak dengan benar

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2016: 147), metode penelitian deskriptif merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan deskripsi ataupun gambaran dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk mendapatkan kesimpulan. Data-data yang telah diperoleh dari para pelaku usaha *event organizer* di Kota Bandung kemudian akan dideskripsikan dan dibuat menjadi suatu kesimpulan.

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berupa hasil wawancara dan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada para pelaku usaha *event organizer* Kota Bandung, sedangkan data sekunder berupa buku-buku teori, peraturan perpajakan, artikel, dan jurnal penelitian yang terkait.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: studi lapangan dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara yang dilakukan terhadap pelaku usaha *event organizer* di Kota Bandung. Penyebaran kuesioner menggunakan

convenience sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari anggota populasi yang tersedia sehingga pengambilan informasi dapat dilakukan secara cepat dan efisien (Sekaran & Bougie, 2016: 247). Teknik *convenience sampling* ini digunakan karena adanya keterbatasan waktu dan tenaga. Studi pustaka dalam penelitian ini dilakukan dengan mempelajari buku-buku teori yang terkait, peraturan perpajakan, maupun artikel atau jurnal penelitian yang relevan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Strategi Bisnis Perusahaan *Event Organizer* di Kota Bandung untuk Tetap Bertahan di Sektor Jasa Selama Masa Pandemi Covid 19

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara, responden *event organizer* dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu: kelompok 1, yaitu 83% *event organizer* memberikan jasa: brand activation, MICE, serta konser musik dan kelompok 2, yaitu 17% *event organizer* memberikan jasa acara pribadi, seperti pernikahan maupun ulang tahun. Berikut pembahasan strategi bisnis berdasarkan jenis *event organizer*:

Tabel 1 SWOT Kelompok 1

Strengths	
–	Kemampuan Sumber Daya Manusia
–	Kekuatan modal untuk menghadapi masa pandemi
Weaknesses	
–	Kekompakkan tim yang menurun akibat pandemi (turnover karyawan tinggi)
–	Kurangnya literasi digital karyawan
–	Tingkat adaptasi karyawan dalam menghadapi masa pandemi yang rendah
Opportunities	
–	Munculnya trend baru dalam industri EO (acara daring)
–	Maraknya produk digital
Threats	
–	Birokrasi yang rumit
–	Biaya perijinan yang tinggi
–	Ketidakpastian pelaksanaan acara akibat pandemi
–	Permintaan konser musik menurun

Tabel 2 Strategi Kelompok 2

S-O Strategy/ Analysis

kekuatan modal yang dimiliki perusahaan dapat membantu perusahaan untuk bisa mengeksekusi trend baru dalam bisnis (acara daring) dan produk digital

W-O Strategy/ Analysis

Literasi Digital, kemampuan adaptasi dan kekompakan dibutuhkan untuk bisa membantu perusahaan dalam menghasilkan produk baru yang sesuai dengan keinginan pasar. Hal ini perlu ditingkatkan karena masih menjadi weakness dari perusahaan

S-T Strategy/ Analysis

Walaupun perusahaan memiliki modal dan sumber daya mumpuni, akan tetapi perencanaan yang baik harus tetap dikedepankan mengingat tingginya biaya yang ada di dalam industri EO kelompok 1

W-T Strategy/ Analysis

Penekanan akan pentingnya kekompakan (*office gathering* atau kegiatan lainnya yang dapat meningkatkan bonding antar sesama tim) dibutuhkan agar bisa semakin solid dalam berkomunikasi di dalam tim sehingga perencanaan dapat berjalan baik menghindari atau meminimalisir threat yang ada.

Tabel 3 SWOT Kelompok 2

Strengths

- Kreativitas dalam berbisnis.
- Adaptasi dalam masa pandemi untuk menyesuaikan bentuk acara

Weaknesses

- Kurangnya literasi digital karyawan
- Ketidakmampuan sumber daya untuk memenuhi permintaan pelanggan yang bervariasi

Opportunities

- Munculnya trend baru dalam industri EO (acara daring)
- Maraknya produk digital
- Adanya solidaritas dari asosiasi pengusaha terkait (contoh: asosiasi

Threats

- Birokrasi yang rumit
 - Biaya perijinan yang tinggi
 - Ketidakpastian pelaksanaan acara akibat pandemi
 - Biaya produk dan operasional yang mahal sehingga mengakibatkan harga jual produk/ jasa menjadi tinggi
 - Perlunya inovasi dalam pemasaran dan penjualan produk/ jasa
-

Tabel 4 Strategi Bisnis Kelompok 2

S-O Strategy/ Analysis

Kreativitas dan kemampuan adaptasi yang baik membuat perusahaan dapat mengeksekusi trend baru yang ada di pasar dengan baik, contohnya banyaknya produk pernikahan baru yang bermunculan dimasa pandemi.

W-O Strategy/ Analysis

Perlunya peningkatan literasi digital ditengah maraknya pernikahan hybrid. Perusahaan juga bisa memanfaatkan kuatnya asosiasi untuk menjawab minimnya ketidakmampuan sumber daya.

S-T Strategy/ Analysis

Perusahaan harus semakin beradaptasi agar bisa menyesuaikan diri dengan tinggi biaya produksi dan operasional ditengah pandemi.

Kreativitas pun perlu untuk dikembangkan karena bentuk pemasaran yang dibutuhkan pun semakin unik.

W-T Strategy/ Analysis

Perusahaan harus lebih berhati-hati dalam memilih langkah bisnis, karena berbisnis di masa pandemi untuk EO kelompok 2 sangatlah berbiaya tinggi. hal ini sangat beresiko, karena tidak diimbangi dengan sumber daya perusahaan yang mumpuni.

4.2. Pemanfaatan Insentif Perpajakan oleh Perusahaan Event Organizer di Kota Bandung

Sebagai upaya pemulihan ekonomi nasional, pemerintah memberikan beberapa fasilitas terkait dengan PPh dan PPN. Fasilitas ini diberikan kepada wajib pajak yang terdampak pandemi Covid 19, baik untuk wajib pajak orang pribadi maupun wajib pajak badan, dengan syarat wajib pajak tersebut memiliki klasifikasi lapangan usaha (KLU) yang memang berhak memperoleh fasilitas tersebut. KLU tersebut harus sesuai dengan KLU wajib pajak yang tertera dalam SPT Tahunan PPh tahun 2018 (untuk pemanfaatan insentif di tahun 2020) dan SPT Tahunan PPh tahun 2019 (untuk pemanfaatan insentif di tahun 2021). Namun apabila KLU yang tertera di SPT salah, KLU tidak dituliskan dalam SPT, wajib pajak belum ataupun tidak memiliki kewajiban menyampaikan SPT Tahunan PPh tahun 2018 dan 2019, maka KLU yang digunakan adalah KLU yang ada dalam

Masterfile wajib pajak di DJP.

Beberapa insentif perpajakan selama masa pandemi yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan *event organizer* antara lain:

1. Insentif Pajak Penghasilan Pasal 21 ditanggung pemerintah. Kebijakan ini bertujuan untuk mencegah pemutusan hubungan kerja selama masa pandemi dan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi karyawan dari perusahaan *event organizer*. Namun insentif ini hanya dapat dimanfaatkan oleh perusahaan *event organizer* untuk masa pajak April 2020 sampai dengan Desember 2021. Berikut ini rincian dasar hukum insentif PPh Pasal 21 bagi perusahaan *event organizer*:
 - a. PMK 44/PMK.03/2020, masa pajak April 2020 sampai dengan September 2020.
 - b. PMK 86/PMK.03/2020, masa pajak April 2020 sampai dengan Desember 2020.
 - c. PMK 110/PMK.03/2020, masa pajak

April 2020 sampai dengan Desember 2020.

- d. PMK 9/PMK.03/2021, masa pajak Januari 2021 sampai dengan Juni 2021.
- e. PMK 82/PMK.03/2021, masa pajak Januari 2021 sampai dengan Juni 2021.
- f. PMK 149/PMK.03/2021, masa pajak Juli 2021 sampai dengan Desember 2021.

Karyawan dari perusahaan *event organizer* yang berhak memperoleh fasilitas PPh 21 Ditanggung Pemerintah (DTP) adalah karyawan yang memiliki NPWP dengan penghasilan bruto tetap dan teratur yang disetahunkan tidak lebih dari Rp200.000.000,00. Syarat pemanfaatan insentif PPh 21 ditanggung pemerintah adalah perusahaan *event organizer* menyampaikan surat pemberitahuan pemanfaatan insentif kepada Kantor Pelayanan Pajak tempat perusahaan *event organizer* terdaftar melalui laman www.pajak.go.id. serta wajib menyampaikan laporan realisasi pemanfaatan insentif PPh 21 ditanggung pemerintah pada laman www.pajak.go.id. Wajib pajak *event organizer* yang memanfaatkan fasilitas PPh 21 DTP kemudian dapat membayarkan secara tunai PPh 21 yang seharusnya disetorkan ke kas negara kepada karyawan.

2. Insentif Pajak Penghasilan Pasal 25 berupa pengurangan angsuran sebesar 30% dari angsuran PPh Pasal 25 yang seharusnya terutang untuk periode April - Desember 2020 dan 50% dari angsuran PPh Pasal 25 yang seharusnya terutang untuk periode Januari 2021 - Juni 2021. Insentif PPh Pasal 25 dapat dimanfaatkan oleh perusahaan *event organizer* yang telah melakukan pembukuan dan menghitung PPh terutang dengan menggunakan tarif yang berlaku umum. Insentif ini dapat dimanfaatkan oleh

perusahaan *event organizer* dari Masa Pajak April 2020 sampai dengan Juni 2021. Berikut ini rincian dasar hukum insentif PPh Pasal 25 bagi perusahaan *event organizer*:

- a. PMK 44/PMK.03/2020, masa pajak April 2020 sampai dengan September 2020.
- b. PMK 86/PMK.03/2020, masa pajak April 2020 sampai dengan Desember 2020.
- c. PMK 110/PMK.03/2020, masa pajak April 2020 sampai dengan Desember 2020.
- d. PMK 9/PMK.03/2021, masa pajak Januari 2021 sampai dengan Juni 2021.

Syarat yang harus dipenuhi agar perusahaan *event organizer* dapat memanfaatkan insentif PPh Pasal 25 adalah menyampaikan pemberitahuan pemanfaatan insentif PPh Pasal 25 dan besarnya pengurangan angsuran PPh Pasal 25 kepada Kepala KPP melalui saluran www.pajak.go.id. Kepala KPP akan menerbitkan surat pemberitahuan apakah wajib pajak berhak memanfaatkan insentif PPh Pasal 25 atau tidak. Wajib pajak harus melaporkan realisasi pengurangan besarnya angsuran PPh Pasal 25 setiap 3 bulan melalui saluran laman pajak untuk periode April - Desember 2020 dan setiap tanggal 20 bulan berikutnya untuk periode Januari - Juni 2021.

3. Insentif PPh Final berdasarkan PP No.23 Tahun 2008 sebesar 0,5% dari jumlah peredaran bruto ditanggung oleh pemerintah. Insentif PPh Final ditanggung pemerintah dapat dimanfaatkan oleh perusahaan *event organizer* yang merupakan wajib pajak yang dikenakan PPh Final berdasarkan PP Nomor 23 tahun 2018, yaitu wajib pajak yang memiliki peredaran bruto lebih kecil sama dengan Rp4.800.000.000,00 dan telah melakukan pencatatan. Insentif ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan *event organizer* dari Masa

Pajak April 2020 sampai dengan Desember 2022. Berikut ini rincian dasar hukum insentif PPh final bagi perusahaan *event organizer*:

- a. PMK 44/PMK.03/2020, masa pajak April 2020 sampai dengan September 2020.
- b. PMK 86/PMK.03/2020, masa pajak April 2020 sampai dengan Desember 2020.
- c. PMK 110/PMK.03/2020, masa pajak April 2020 sampai dengan Desember 2020.
- d. PMK 9/PMK.03/2021, masa pajak Januari 2021 sampai dengan Juni 2021.
- e. PMK 82/PMK.03/2021, masa pajak Januari 2021 sampai dengan Juni 2021.
- f. PMK 149/PMK.03/2021, masa pajak Juli 2021 sampai dengan Desember 2021.
- g. PMK 3/PMK.03/2022, masa pajak Januari 2022 sampai dengan Juni 2022.
- h. PMK 114/PMK.03/2022, masa pajak Juli 2022 sampai dengan Desember 2022.

Syarat yang harus dipenuhi agar perusahaan *event organizer* dapat memanfaatkan insentif PPh Final adalah mengajukan permohonan surat keterangan melalui www.pajak.go.id. Apabila disetujui, maka KPP akan menerbitkan surat keterangan. Perusahaan *event organizer* bertransaksi dengan Pemotong atau Pemungut harus memperlihatkan fotokopi surat keterangan tersebut, sehingga Pemotong atau Pemungut dapat mengenakan pemotongan atau pemungutan atas transaksi tersebut. Perusahaan *event organizer* juga diwajibkan melaporkan realisasi PPh Final ditanggung pemerintah melalui laman pajak.

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara, diperoleh informasi bahwa perusahaan *event organizer* yang telah memanfaatkan insentif pajak adalah sebanyak 50%, sedangkan sisanya yaitu 50% tidak memanfaatkan insentif pajak. Hal ini

dikarenakan perusahaan *event organizer* tidak mengetahui peraturan perpajakan terbaru yang mengatur tentang insentif pajak selama masa pandemi dan tidak mendapatkan sosialisasi dari Direktorat Jenderal Pajak. Terdapat pula responden yang sebetulnya telah mengetahui insentif pajak yang diberikan, namun tidak memanfaatkannya karena tidak mengetahui cara memperoleh atau memanfaatkan insentif perpajakan tersebut. Meskipun informasi mengenai insentif perpajakan telah dapat diakses melalui laman pajak.go.id maupun media sosial milik DJP (DJP, Kanwil, maupun KPP), namun informasi tersebut juga belum tersebar luas ke masyarakat. Banyaknya *webinar* yang digelar oleh DJP maupun kalangan akademisi terkait sosialisasi insentif nyata belum tersebar merata. Kalangan akademi cenderung memiliki akses terhadap kegiatan webinar sosialisasi yang lebih baik jika dibandingkan dengan pelaku usaha.

Dari 50% responden yang memanfaatkan insentif perpajakan, terdapat 67% sudah memanfaatkan insentif PPh Pasal 21, tidak seluruh responden memanfaatkannya karena sebagian besar karyawan *event organizer* berpenghasilan di bawah PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak). Sementara dari 50% responden yang memanfaatkan insentif perpajakan, 100% perusahaan *event organizer* telah memanfaatkan insentif PPh Pasal 25, sedangkan untuk insentif PPh Final tidak ada yang memanfaatkan karena responden seluruhnya sudah menyelenggarakan pembukuan, sehingga tidak menghitung pajak terutang berdasarkan PP No.23 Tahun 2008.

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, wajib pajak yang tidak memanfaatkan insentif pajak selama masa pandemi Covid 19 adalah sebanyak 50%. Dengan kata lain, wajib pajak memiliki beban pajak yang lebih tinggi dibandingkan dengan wajib pajak yang telah memanfaatkan insentif pajak. Beban pajak

dapat dilihat dari sudut pandang perusahaan *event organizer* dan dari sudut pandang karyawan yang memperoleh penghasilan di atas PTKP. Beban pajak lebih tinggi yang dialami oleh perusahaan *event organizer* dalam bentuk perorangan, antara lain: 1) perusahaan dalam bentuk perorangan terbebani pajak terutang PPh Final 0,5% dari penghasilan bruto per bulan selama dua tahun. Berdasarkan hasil wawancara, rata-rata penghasilan bruto perusahaan perorangan *event organizer* selama masa pandemi adalah Rp.100.000.000,00/tahun, sehingga beban pajak yang ditanggung selama dua tahun adalah Rp.1.000.000,00. 2) karyawan perusahaan perorangan apabila memperoleh penghasilan di atas PTKP, maka terbebani pemotongan PPh Pasal 21 sebesar 5%, 15%, 25%, 30%, 35% dari penghasilan kena pajak.

Beban pajak yang lebih tinggi juga dialami oleh perusahaan *event organizer* dalam bentuk badan, antara lain: 1) perusahaan terbebani PPh Pasal 25 sebesar 30%-50% lebih tinggi dari penghasilan kena pajak setiap bulan dibandingkan dengan perusahaan yang telah memanfaatkan insentif pajak berupa pengurangan angsuran PPh 25 sebesar 30%-50%. Dari hasil wawancara diperoleh informasi bahwa jumlah peredaran bruto selama masa pandemi setiap perusahaan *event organizer* bervariasi, dari Rp.100.000.000,00/tahun sampai dengan Rp.20.000.000.000,00. Apabila diasumsikan beban operasional 80% dan tidak ada kredit pajak, maka beban PPh Pasal 25 lebih tinggi selama 14 bulan dari Masa April 2020 sampai dengan Juni 2021 adalah berkisar Rp.1.540.000,00 sampai dengan Rp.308.000.000,00. 2) karyawan perusahaan berbentuk badan apabila memperoleh penghasilan di atas PTKP, maka terbebani pemotongan PPh Pasal 21 sebesar 5%, 15%, 25%, 30%, 35% dari penghasilan kena pajak.

Beberapa penyebab perusahaan *event*

organizer tidak memanfaatkan insentif pajak baik PPh Pasal 21, PPh final, ataupun pengurangan PPh Pasal 25, yaitu: kurangnya informasi mengenai peraturan pajak terbaru dari *Account Representative*, tidak ada sosialisasi pajak yang diberikan kepada asosiasi perusahaan *event organizer* di Kota Bandung, dan tidak memahami peraturan perpajakan.

4.3. Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Perusahaan Event Organizer di Kota Bandung

Responden yang telah mengisi kuesioner dibagi menjadi dua jenis, yaitu perusahaan *event organizer* berbentuk badan hukum (CV atau PT) sebanyak 83%, sedangkan sisanya 17% merupakan perusahaan perorangan. Perusahaan *event organizer* memiliki kewajiban untuk mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak, juga berkewajiban untuk menghitung pajak yang terutang dengan benar, membayar pajak terutang, dan melaporkan pajak dengan benar dan tepat waktu.

Terkait dengan aspek kepatuhan yang pertama, yaitu kepatuhan mendaftarkan diri dan memperoleh NPWP telah terpenuhi. Baik perusahaan perorangan maupun badan yang menjadi responden penelitian telah memiliki NPWP dan sebagian sudah dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP). Aspek kepatuhan berikutnya adalah kepatuhan menghitung pajak terutang, membayarkan pajak terutang, dan melaporkan pajak dalam SPT. Berdasarkan hasil kuesioner, belum semua perusahaan *event organizer* melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan benar dan tepat waktu. Perusahaan *event organizer* yang menjadi responden dalam penelitian melakukan perhitungan pajak terutang tanpa menggunakan konsultan. Rata-rata responden memiliki orang yang dipercaya atau staf yang bertugas mengurus akuntansi dan perpajakan, namun tidak mensyaratkan orang atau staf

tersebut telah menempuh brevet.

Perusahaan *event organizer* yang menjadi responden mengatakan tidak memiliki kendala terkait dengan pembayaran pajak, namun terdapat responden yang mengaku terlambat dalam melaporkan SPT Tahun karena mengalami kendala penggunaan e form. Kendala lain yang dirasakan adalah kesulitan untuk mengakses laman *djponline* pada jam sibuk.

5. SIMPULAN

Saat ini perusahaan pada umumnya mengalami kendala pada tingginya dan sulitnya mengajukan biaya perijinan pada masa pandemi. Biaya operasional pun cenderung tinggi karena ketidakpastian pelaksanaan acara (bisa saja tidak jadi dilaksanakan secara sepihak pada hari H oleh pemangku perijinan, tanpa pemberitahuan sebelumnya). Padahal sebagian besar biaya operasional yang terjadi di perusahaan merupakan biaya tetap yang tidak dapat dihindari jika pelaksanaan acara dibatalkan. Perusahaan pun dituntut untuk dapat mengembangkan kreativitas agar dapat menjawab permintaan pasar. Di sisi lain, untuk dapat berbisnis secara kreatif, perusahaan harus juga memiliki tim yang kompak, sehingga dapat terjadi proses berpikir kreatif yang berkelanjutan.

Perusahaan *event organizer* yang telah memanfaatkan insentif pajak adalah sebanyak 50%, sedangkan sisanya yaitu 50% tidak memanfaatkan insentif pajak. Hal ini dikarenakan perusahaan *event organizer* tidak mengetahui peraturan perpajakan terbaru yang mengatur tentang insentif pajak selama masa pandemi dan tidak mendapatkan sosialisasi dari Direktorat Jenderal Pajak. Terdapat pula responden yang sebetulnya telah mengetahui insentif pajak yang diberikan, namun tidak memanfaatkannya karena tidak mengetahui cara memperoleh atau memanfaatkan insentif

perpajakan tersebut. Meskipun informasi mengenai insentif perpajakan telah dapat diakses melalui laman *pajak.go.id* maupun media sosial milik DJP (DJP, Kanwil, maupun KPP), namun informasi tersebut juga belum tersebar luas ke masyarakat. Banyaknya *webinar* yang digelar oleh DJP maupun kalangan akademisi terkait sosialisasi insentif nyatanya belum tersebar merata. Kalangan akademi cenderung memiliki akses terhadap kegiatan webinar sosialisasi yang lebih baik jika dibandingkan dengan pelaku usaha. Dari 50% responden yang memanfaatkan insentif perpajakan, terdapat 67% sudah memanfaatkan insentif PPh Pasal 21, tidak seluruh responden memanfaatkannya karena sebagian besar karyawan *event organizer* berpenghasilan di bawah PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak). Sementara dari 50% responden yang memanfaatkan insentif perpajakan, 100% perusahaan *event organizer* telah memanfaatkan insentif PPh Pasal 25, sedangkan untuk insentif PPh Final tidak ada yang memanfaatkan karena responden seluruhnya sudah menyelenggarakan pembukuan, sehingga tidak menghitung pajak terutang berdasarkan PP No.23 Tahun 2008.

Kepatuhan wajib pajak perusahaan *event organizer* di Kota Bandung terkait dengan kepatuhan yang pertama yaitu: mendaftarkan diri dan memperoleh NPWP telah terpenuhi dengan baik oleh perusahaan perorangan maupun badan yang menjadi responden penelitian. Telah memiliki NPWP dan sebagian sudah dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP). Aspek kepatuhan berikutnya adalah kepatuhan menghitung pajak terutang, membayarkan pajak terutang, dan melaporkan pajak dalam SPT. Berdasarkan hasil kuesioner, belum semua perusahaan *event organizer* melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan benar dan tepat waktu.

Perusahaan *event organizer* melakukan

Konsultasi dengan *account representative* mengenai penerapan peraturan perpajakan terbaru yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan *event organizer* sehingga beban pajak menjadi lebih efisien dan melaksanakan kewajiban perpajakan dengan tepat waktu agar terhindar dari sanksi administrasi bunga dan sanksi administrasi denda yang dapat merugikan perusahaan *event organizer*.

Perlunya peningkatan literasi digital bagi para karyawan. Mengingat pada masa pandemi covid, perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan kreativitas menciptakan produk dan jasa berbasis digital. Perlunya kekompakan asosiasi untuk EO Kelompok 1 sehingga dapat bersama-sama kuat dalam menghadapi *threat* yang ada.

Direktorat Jenderal Pajak memberikan sosialisasi kepada para pengusaha yang berhak mendapatkan insentif perpajakan sehingga insentif pajak dapat dimanfaatkan secara optimal dan tepat sasaran. Sosialisasi dapat berupa forum diskusi dengan asosiasi pengusaha *event organizer*, informasi disebarkan melalui email pengusaha *event organizer*, ataupun informasi wajib disampaikan oleh *account representative*.

REFERENSI

Datar, Rajan (2021). *Horngren's Cost Accounting A Managerial Emphasis*. 17th edition. Pearson Education Limited.

Fred, David dan Forest, David. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concept and Cases*. 16th edition. Pearson Education Limited.

Kartiko, Dwi. (2020). Insentif Pajak dalam Merespon Dampak Pandemi Covid 19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*. Vo.II.No.01

Mardiasmo. (2018). *Perpajakan*. Edisi terbaru. Yogyakarta: Andi

Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh

Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1). <http://ejournalfb.ukdw.ac.id/index.php/jrmb/article/view/369>

Nadzir, Miftahun Muhammad. (2016). Analisis Usaha Event Organizer MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) Melalui Kanvas Model Bisnis dan Peta Empati: Studi Kasus Event Organizer di Yogyakarta dan Surakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. Vol.7 No.2. E-ISSN 2622-6308, P-ISSN 2086-8200. <https://journal.umy.ac.id/index.php/m/article/view/3910/3378>.

Nasution, Erlina, Iskandar Muda. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*. Vo.5 No.2. <http://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>

PMK No.23/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Wabah Virus Corona

PMK No.44/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019

PMK No.86/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019

PMK No.110/PMK.03/2020 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020 Tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019

- PMK No.9/PMK.03/2021 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Desease 2019
- PMK No.82/PMK.03/2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2021 Tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Desease 2019
- PMK No.149/PMK.03/2021 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 9/PMK.03/2021 Tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Desease 2019
- PMK No.3/PMK.03/2022 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Desease 2019
- PMK No.114/PMK.03/2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 3/PMK.03/2022 Tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Desease 2019
- Santoso, I., dan Rahayu, N. 2013. *Corporate Tax Management*. Jakarta: Observation and Research of Taxation
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2016). *Research Methods for Business A SKill-Building Approach (seventh)*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta
- Undang Undang No.16 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Undang Undang No.42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah
- Wulanda, Nourma. Zakaria, Ahmad (2019). Pengaruh Harga, Word of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus di UN Production). *Journal of Management and Business Review*. Vo.16 No.1. Sekolah Tinggi Manajemen PPM. <https://jmbr.ppm-school.ac.id/index.php/jmbr/article/view/139/artikel3Vol16no1>
- Waluyo. 2014. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat