

## Analisis atas strategi perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan dan implikasi perpajakannya (studi kasus PT XYZ?)

Bagus Pranata, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20288836&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Dalam dunia bisnis, strategi pemasaran atas barang yang diproduksi sangatlah penting sebagai bentuk kemajuan sebuah perusahaan, salah satunya adalah pemberian insentif penjualan kepada pembeli (distributor). Di lain hal insentif penjualan merupakan objek pajak, Namun dalam pelaksanaannya lawan transaksi tidak mau dipotong pajak atas insentif yang diterima tersebut. Sehingga PT XYZ melakukan perencanaan pajak atas insentif yang dibayarkannya, dengan mengalihkan ke bentuk pemberian diskon (potongan penjualan). Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif melalui studi lapangan dan studi literatur dengan tujuan mengetahui perlakuan perpajakan atas strategi yang dilakukan PT XYZ mengenai pemberian insentif penjualan dalam bentuk pemberian diskon. Dan didapatkan hasil, bahwa pemberian insentif penjualan dalam bentuk pemberian diskon yang dilakukan PT XYZ masih mengandung resiko perpajakan meskipun tidak secara langsung dampaknya. sehingga sebaiknya diskon diberikan setelah target tercapai, tapi jika dilihat dari segi peningkatan penjualan barang dagangan di tiap tahunnya, maka strategi yang dilakukan PT XYZ sangatlah optimal. Sedangkan disisi pemerintahan sebaiknya pemerintah dalam membuat regulasi mengenai pemberian insentif penjualan, lebih memperjelas lagi aturan mengenai insentif dan diskon ,agar tidak timbul dugaan asumsi atau cara-cara dari wajib pajak yang berakibat pada penurunan penerimaan pajak dikemudian hari.

.....In the business world, marketing strategies for goods produced is very important as a form of company development, one of which is giving sales incentive to the buyer (distributor). On the other hand is a tax object of sales tax incentives, but in actual a customer doesn't want to cut tax on incentive received. So tha XYZ company on tax planning incentives paid, by diverting to the form of discounting (discount sales). This study used a qualitative descriptive research through field studies and literature studies with the aim of knowing tax treatment of the strategy at XYZ company on sales incentives in the form of discounting. And the obtained results, that the provision of sales incentives in the form of discounting is done XYZ company is still a risk of taxation though not directly affected. so the discount should be given after the target is reached, but if viewed in terms of merchandise sales increased in each year, then performed XYZ company strategy is optimal. Whereas, the government side. the government should make regulations regarding the sales incentives, further clarify the rules again on incentives and discounts, so as not to arise suspicion assumptions or ways of the taxpayer that resulted in a decrease in future tax revenue.