

SKRIPSI

**ANALISIS PEMAHAMAN PEMBELI PRODUK KOREAN POP
TERHADAP KEBIJAKAN BEA MASUK DI BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

NAMA : NI NYOMAN TRI AYUNINGSIH
NIM : 2015654051

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI PERPAJAKAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2024

ANALISIS PEMAHAMAN PEMBELI PRODUK KOREAN POP TERHADAP KEBIJAKAN BEA MASUK DI BALI

**NI NYOMAN TRI AYUNINGSIH
2015654051**

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemahaman pembeli produk Korean Pop mengenai kebijakan bea masuk di Bali. Meningkatnya popularitas korea seperti lagu – lagu korea yang menciptakan produk Korean Pop (K-Pop) telah menyebabkan aktivitas impor yang signifikan sehingga memerlukan pemahaman yang jelas mengenai peraturan bea masuk di kalangan konsumen. Penelitian ini menyelidiki sejauh mana pembeli menyadari dan memahami kebijakan ini dan bagaimana pemahaman mereka berdampak pada keputusan pembelian mereka. Temuan menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar konsumen mengetahui adanya bea masuk, terdapat kesenjangan yang signifikan dalam pemahaman rinci mereka mengenai peraturan dan prosedur spesifik. Kurangnya pemahaman ini sering kali menimbulkan biaya dan penundaan yang tidak terduga, sehingga memengaruhi kepuasan konsumen dan frekuensi pembelian. Studi ini menyoroti perlunya informasi yang lebih transparan dan mudah diakses mengenai bea masuk untuk meningkatkan pengalaman dan kepatuhan konsumen. Kesimpulan pada penelitian ini dapat dilihat pada pemahaman penggemar K-Pop mengenai peraturan dan perhitungan bea masuk yang masih kurang serta perubahan aturan yang tidak menyurutkan niat dari pembeli untuk membeli produk K-Pop. Penelitian ini menyarankan beberapa strategi untuk meningkatkan komunikasi dan pendidikan mengenai peraturan impor, yang dapat bermanfaat bagi konsumen dan badan pengawas serta meningkatkan pemahaman konsumen mengenai kebijakan bea masuk sangat penting untuk menciptakan pasar produk K-Pop yang lebih terinformasi.

Kata Kunci: Produk Korean Pop, Kebijakan Bea Masuk, Pemahaman Pembeli, K-POP.

***ANALYSIS OF KOREAN POP PRODUCT BUYERS' UNDERSTANDING OF
IMPORT DUTY POLICIES IN BALI***

NI NYOMAN TRI AYUNINGSIH

2015654051

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRACT

This research aims to analyze the understanding of buyers of Korean Pop products regarding import duty policies in Bali. The increasing popularity of Korean culture, such as Korean songs that have led to the creation of Korean Pop (K-Pop) products, has resulted in significant import activity, necessitating a clear understanding of import duty regulations among consumers. This study investigates the extent to which buyers are aware of and comprehend these policies and how their understanding impacts their purchasing decisions. The findings indicate that although most consumers are aware of the existence of import duties, there is a significant gap in their detailed understanding of specific regulations and procedures. This lack of understanding often leads to unexpected costs and delays, affecting consumer satisfaction and purchase frequency. The study highlights the need for more transparent and accessible information regarding import duties to improve consumer experience and compliance. The conclusion of this research suggests that K-Pop fans' understanding of import duty regulations and calculations is still lacking, and changes in regulations do not deter buyers from purchasing K-Pop products. This research recommends several strategies to improve communication and education about import regulations, which could benefit both consumers and regulatory bodies. Enhancing consumer understanding of import duty policies is crucial for creating a more informed K-Pop product market.

Keywords: Korean pop products, import duty policies, buyer understanding, K-POP

**ANALISIS PEMAHAMAN PEMBELI PRODUK KOREAN POP
TERHADAP KEBIJAKAN BEA MASUK DI BALI**

**Proposal Penelitian ini
Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Perpajakan Jurusan
Akuntansi Politeknik Negeri Bali**



**NAMA : NI NYOMAN TRI AYUNINGSIH
NIM : 2015654051**

**JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI PERPAJAKAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2024**

SURAT PERNYATAAN ATAS ORISINILISASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ni Nyoman Tri Ayuningsih

NIM : 2015654051

Program Studi : Akuntansi Perpajakan

Menyatakan bahwa sesungguhnya Skripsi:

Judul : Analisis Pemahaman Pembeli Produk Korean Pop
Terhadap Kebijakan Bea Masuk di Bali

Pembimbing : Ni Ketut Sukasih, SE., MM
I Made Sura Ambara Jaya, SE, MMA

Tanggal Uji : 16 Agustus 2024

Skripsi yang ditulis merupakan karya sendiri dan orisinal, bukan merupakan kegiatan plagiat atau saduran karya pihak lain serta belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung 28 Agustus 2024



Ni Nyoman Tri Ayuningsih

**ANALISIS PEMAHAMAN PEMBELI PRODUK KOREAN POP
TERHADAP KEBIJAKAN BEA MASUK DI BALI**

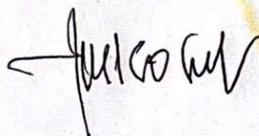
DIAJUKAN OLEH:

NAMA : NI NYOMAN TRI AYUNINGSIH
NIM : 2015654051

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik Oleh:

DOSEN PEMBIMBING I

DOSEN PEMBIMBING II



Ni Ketut Sukasih, SE., MM

I Made Sura Ambara Jaya, SE, MMA

NIP.196602261993032001

NIP.196705111993031003

POLITEKNIK NEGERI BALI

**JURUSAN AKUNTANSI
KETUA**



I Made Bagrada, S.E., M.Si., Ak.

NIP. 197512312005011003

SKRIPSI

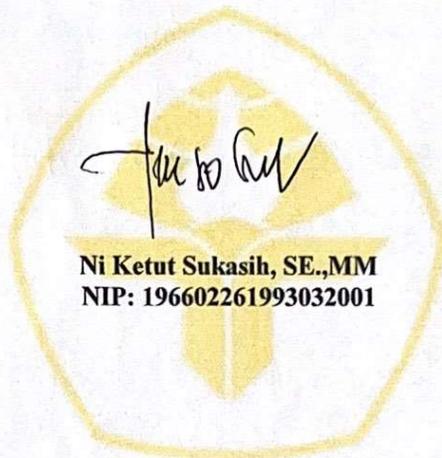
**ANALISIS PEMAHAMAN PEMBELI PRODUK KOREAN POP
TERHADAP KEBIJAKAN BEA MASUK DI BALI**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:

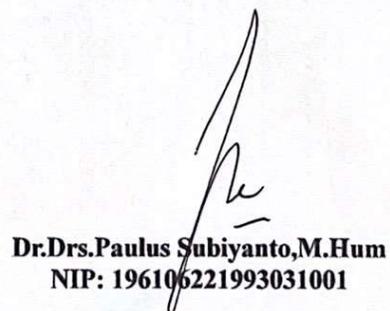
Tanggal : 16 Agustus 2024

PANITIA PENGUJI

KETUA:



ANGGOTA:



KATA PENGHANTAR

Puji syukur panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan pada Politeknik Negeri Bali.

Memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini ingin menyampaikan terima kasih kepada:

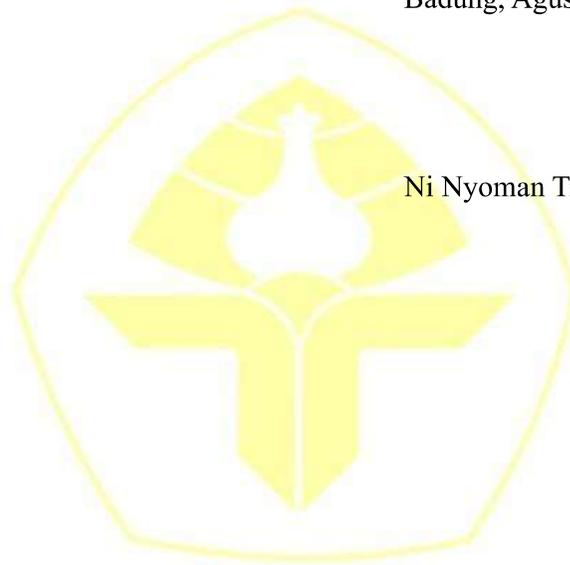
1. Nyoman Abdi, S.E., M.eCOM, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan menuntut pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. I Made Bagiada, S.E., M.Si., Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk dalam menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali.
3. Ni Nengah Lasmini, S.S.T.Ak., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk dalam menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali.
4. Dr. I Nyoman Darmayasa, S.E., M.Ak., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi sebagai syarat kelulusan studi di Politeknik Negeri Bali.
5. Ni Ketut Sukasih, SE., MM selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. I Made Sura Ambara Jaya, SE, MMA selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Pihak Kantor Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Wilayah Bali dan Nusa yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.
8. Penggemar dan teman-teman K-POP yang telah bersedia menjadi informan dalam skripsi ini.

9. Keluarga, teman-teman, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Badung, Agustus 2024

Ni Nyoman Tri Ayuningsih



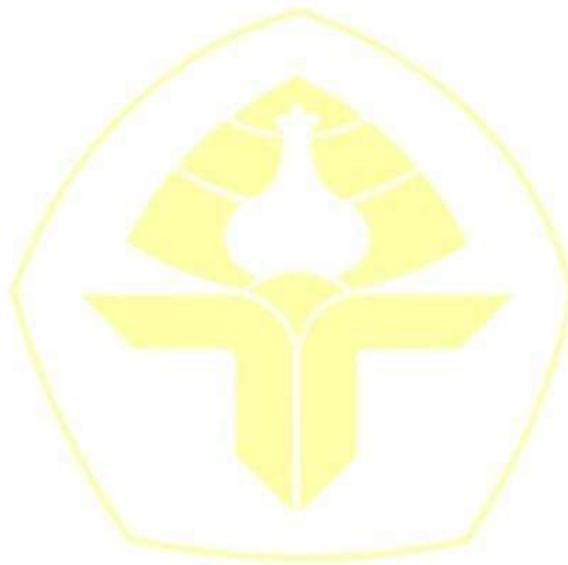
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	1
Abstrak.....	i
<i>Abstract</i>	ii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana.....	ii
Halaman Pernyataan Orisinil Karya Ilmiah.....	iv
Halaman Persetujuan.....	v
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Dan Manfaat.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori.....	10
B. Kajian Penelitian Yang Relevan.....	17
C. Alur Pikir.....	18
D. Pertanyaan Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	21
C. Sumber Data.....	22
D. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data.....	23
E. Keabsahan Data.....	25
F. Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	28
B. Pembahasan.....	34
C. Keterbatasan Penelitian.....	39
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN.....	40
A. Simpulan.....	40
B. Implikasi.....	40
C. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43

DAFTAR TABEL

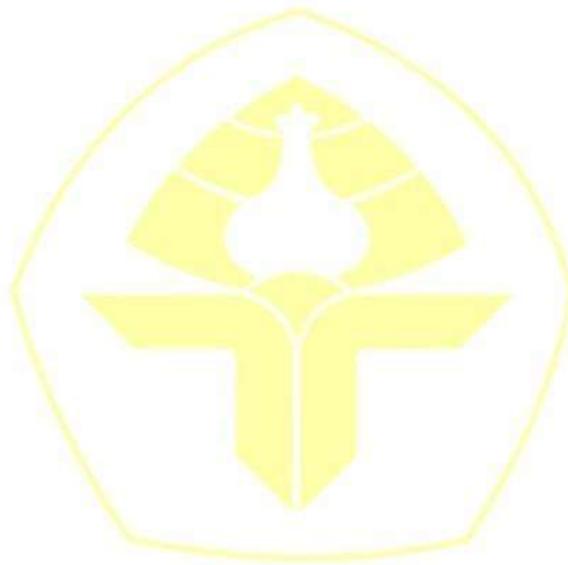
Table 1.1 Nilai Impor Menurut Negara Asal Utama..... 3
Tabel 1.2 Komoditi Impor dari Korea Berdasarkan CIF Tahun 2023 6
Tabel 3.1 Informan Penelitian..... 24



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Causal Diagram of Basic Components of the Theory of Reasoned Action</i>	10
Gambar 2.2 Alur Pikir	19
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data	27



**JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI**

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1: PMK No. 112 tahun 2018 dan PMK No. 199 Tahun 2019
2. Lampiran 2: Surat Permohonan Permintaan Data dan Informasi ke Kantor Bea dan Cukai Wilayah Bali dan Nusa Tenggara
3. Lampiran 3: Lampiran Surat Tanggapan atas Permohonan Izin Mencari Data dan Informasi
4. Lampiran 4: Tanggapan atas Permohonan Izin Mencari Data dan Informasi
5. Lampiran 5: Manuskrip Wawancara dengan Informan
6. Lampiran 6: Dokumentasi Wawancara dengan informan
7. Lampiran 7: Produk Korean Pop (K-POP)



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sungguh pesat memberikan keringanan bagi masyarakat dalam melakukan komunikasi (Setiawan, 2018). Maka dari itu informasi yang diterima dapat menyebar dengan cepat sehingga secara tidak langsung memengaruhi masuknya budaya luar, namun pada saat yang sama manusia terjebak oleh segala hal, mulai dari dunia luar hingga lingkungannya sendiri (Nugroho, 2020). Masuknya Budaya Korean Pop (K-POP) atau yang sering disebut dengan *hallyu* mulai menunjukkan kreativitas dalam mengeksport budayanya ke negara lain, terbukti dengan program-program hiburan yang menjadi pesaing tangguh Eropa dan Amerika. Budaya K-POP yang terkenal dibidang musik menjadi salah satu bagian dari budaya Korea yang menarik perhatian di kalangan masyarakat. Kemunculan *Girlband* dan *Boyband* disambut antusias oleh masyarakat Indonesia. Hal ini terbukti dengan penerimaannya yang luas, khususnya munculnya sejumlah *fanclub band* pria dan wanita serta banyak penggemar aktor dan aktris asal negeri ginseng tersebut. Tidak hanya musik namun drama film dan gaya hidup mulai berkembang diseluruh dunia (Ri'aeni, 2019). Berkembangnya budaya K-POP ini tidak segan individu untuk melakukan pembelian produk K-POP.

Seiring berkembangnya zaman semakin banyak barang yang berasal dari Korea yang diimpor ke Indonesia, terutama bagi kalangan anak muda yang menyukai artis yang berasal dari Negeri Ginseng tersebut. Berbagai macam produk diiklankan

oleh artis Korea agar menarik minat para pembeli, baik itu produk dari dalam negeri maupun luar negeri (Leana et al., 2022). Produk yang biasanya diminati oleh kalangan generasi muda khususnya penggemar K-POP ialah album yang terdapat *photocard* acak didalamnya (Suci et al., 2022). Adanya produk yang disebutkan tersebut tidak merugikan Usaha Kecil Menengah Mikro (UMKM) karena beberapa dari produk tersebut hanya terdapat di Korea Selatan, mengharuskan para penggemar K-POP mengimpor barang dari negara asal ke Indonesia.

Produk K-POP yang ditawarkan memiliki berbagai jenis produk seperti produk – produk kecantikan (Jin et al., 2019) yang bekerja sama dengan *boygroup* maupun *girlgroup*, barang-barang yang identik dengan artis Korea seperti album, *photocard* dan *lightstick*. Musik Korea sudah populer sejak tahun 2012 yang dipolulerkan dengan lagu *Gangnam Style* (Madichie, 2021), sampai dengan saat ini. Maraknya jasa titip atau sering disebut jastip dari berbagai negara, seperti yang paling umum dilakukan pada saat seseorang sedang melakukan perjalanan wisata ke Thailand. Kesempatan tersebut dilakukannya jastip, tetapi jastip tersebut berpengaruh terhadap (UMKM) yang ada di Indonesia (Ahmad, 2020), sedangkan batasan dalam membawa barang bawaan dari luar negeri perorangnya hanya *Free on Board* (FOB) sebesar US\$ 500 (Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 203 Tahun 2017), jika FOB lebih dari US\$ 500 seharusnya tetap dikenakan bea masuk sesudah dikurangi dengan FOB US\$ 500 tersebut.

Banyaknya impor barang yang dilakukan, berikut merupakan data impor berdasarkan penerimaan impor selama 5 tahun terakhir yaitu tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 (Nilai CIF: Juta US\$)

Tabel 1.1
Nilai Impor Menurut Negara Asal Utama

Nilai Impor Menurut Negara Asal Utama Tahun 2019 – 2023 (Juta US\$)					
Negara Asal	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
Korea Selatan	8.421,3	6.849,4	9.427,2	11.717,9	10.525,8

(Sumber: Badan Pusat Statistik nilai impor menurut negara asal 2024)

Berdasarkan Aplikasi X, harga *Photocard* tersebut berbagai jenis. Terdapat harga mulai dari yang diberikan secara cuma-cuma bahkan sampai dengan lebih dari Rp50.000.000. Penelitian yang dilakukan oleh Apolo dan Kurniawati (2023) Pembelian *Photocard* dengan perkiraan harga kurang dari Rp100.000 sampai dengan lebih dari Rp1.000.000. Pembeli cenderung membeli *Photocard* dengan harga lebih dari Rp1.000.000. *Photocard* yang dibeli tersebut berasal dari Korea Selatan yang mengharuskan pembeli untuk melakukan impor barang. Sedangkan pembayaran pajak yang dibayarkan oleh pembeli atas *Photocard* yang dibeli hanya berkisar pada Rp4000 sampai dengan Rp15.000. Pembelian *Photocard* tidak dipungkiri dengan pemungutan bea masuk karena melakukan pembelian secara internasional. Undang-Undang (UU) No 17 Tahun 2006 tentang Kepabeanan. Berdasarkan perhitungan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC), cara perhitungan bea masuk berdasarkan bea masuk (BM) dan Pajak Dalam Rangka Impor (PDRI). Dengan mencari Nilai Pabean yaitu berdasarkan *Cost Insurance Freight* (CIF) dikali dengan Nilai Dasar Perhitungan Bea Masuk (NDPBM). *Cost* tersebut berupa harga barang yang terdapat pada dokumen tagihan. *Insurance* atau asuransi merupakan asuransi yang digunakan oleh importir untuk melindungi

barang selama perjalanan, jika tidak terdapat asuransi pada tagihan, maka ditetapkan sebesar 0.5% dari *cost* dan *freight*. Sedangkan *freight* merupakan biaya yang dipungut saat pengangkutan atau biasa disebut biaya angkut. Jika dalam dokumen tagihan tidak terdapat biaya angkut maka akan dikenakan dari *cost*, setiap negara memiliki tarif *cost* yang berbeda, dikenakan tarif sebesar 5% pada negara ASEAN, 10% dari Asia-Non Asean atau Australia dan 15% untuk selain negara yang sudah disebutkan. Sedangkan NDPBM dikenakan berdasarkan kurs mingguan berdasarkan *website* resmi DJBC. PMK No. 199 Tahun 2019, terdapat perubahan yang signifikan, sebelumnya dikenakan untuk barang kiriman sebesar US\$75, berubah menjadi US\$3. Perubahan tarif yang terjadi menimbulkan pro dan kontra pada kalangan penggemar K-POP saat melakukan pembelian produk K-POP, namun tidak menyurutkan sebagian dari penggemar K-POP menghentikan pembelian produk K-POP tersebut (Pongoh et al., 2023).

Saat melakukan impor barang, individu memiliki Angka Pengenal Importir (API) guna sebagai tanda pengenal yang dimiliki importir yang melakukan impor, API tersebut memiliki tarif masing-masing tergantung dengan jenis barang yang berlaku sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pada PMK No. 110 Tahun 2018 yang menjelaskan peraturan mengenai pengenaan tarif API sebagaimana barang yang dikenakan seperti cairan, kendaraan, mesin serta peralatan lain sampai dengan batas tertentu dikenakan tarif sebesar 10%. Barang tertentu lainnya seperti makanan, alkohol serta peralatan rumah tangga lainnya dikenakan tarif sebesar 7.5%. barang berupa kedelai, gandum dan tepung terigu dikenakan tarif sebesar 0.5%. Berdasarkan pada barang yang dikenakan tarif tertentu, jenis produk K-POP yang

berupa album foto maupun alat rumah tangga yang terdapat pada *merchandise* tersebut merupakan kelompok barang tertentu yang dikenakan API sebesar 7.5%.

Dampak dari K-POP tersebut sudah menyeluruh ke seluruh Indonesia termasuk Bali. Terdapat dalam sebuah komunitas Korean *Vibes* (K-*Vibes*) Bali yang beranggotakan sebanyak 600 anggota. K-*Vibes* merupakan komunitas penggemar K-POP di Indonesia yang sering mengadakan bernyanyi dan bernari bersama atau sering disebut *noraebang*. Terdapat komunitas lain yaitu berkorea.id, komunitas berkorea.id pula kerap melakukan kegiatan *noraebang* untuk menyalurkan kegemaran. Berkorea.id memiliki jumlah anggota sebanyak 245 anggota. Namun tidak semua anggota Berkorea.id membeli barang K-POP. Untuk mendukung idolanya penggemar tidak diharuskan untuk membeli barang K-POP, pembelian tersebut dilakukan secara opsional sesuai dengan keinginan individu. Saat ini pun Bali memiliki situasi dalam wilayah pariwisata yang kurang memuaskan, perlu adanya infrastruktur yang harus diperbaiki untuk memperbaiki citra pariwisata (Suta et al., 2019)

Sehubungan dengan hal tersebut, terdapat penerimaan bea masuk dari Korea Selatan berdasarkan penerimaan bea masuk Direktorat Jendral Bea dan Cukai (DJBC) Kantor Wilayah Bali pada tahun 2023. Terdapat 286 dokumen yang diterima, menghasilkan jumlah bea masuk sebesar Rp2.503.808.029,00. Banyaknya importir yang terdaftar tidak memiliki kepentingan yang sama, menyebabkan barang yang diimpor oleh setiap importir belum pasti mengimpor barang yang sama. Maka dari itu dilampirkannya rincian barang serta jumlah importir yang melakukan impor barang selama tahun 2023.

Tabel 1.2
Komoditi Impor dari Korea Berdasarkan CIF Tahun 2023

HsCode4	Jumlah Dokumen	Jumlah Importir	Jumlah Bea Masuk
4202	112	3	686.231.926
8543	27	1	157.640.782
4203	44	1	347.413.829
6504	75	1	129.116.523
7415	22	1	119.168.083
8302	59	4	146.857.359
8504	26	1	108.878.507
9506	13	2	107.093.494
3936	43	2	196.932.352
4911	17	2	70.390.219

Sumber: Direktorat Jendral Bea dan Cukai Kantor Wilayah Bali, 2024.

Kode yang dimaksud HsCode4 merupakan kode 4 digit pada Buku Tarif Kepabeanan Indonesia (BTKI). Berdasarkan BTKI produk yang sejenis dengan pruduk K-POP terdapat pada kode 4911 yaitu Barang cetakan lainnya, termasuk gambar dan foto cetakan. Produk K-POP dapat digambarkan seperti majalah, maka produk tersebut dapat dikategorikan sebagai gambar dan foto cetakan. Dengan demikian adanya penelitian ini, bertujuan untuk menganalisa kembali terjadinya perlakuan bea masuk terhadap pembelian produk K-POP dengan menggunakan pendekatan *Theory of Reasoned Action* untuk mengetahui minat dari pembeli saat mengetahui adanya perubahan pembatasan pembebasan bea masuk dan teori perdagangan internasional yang menghubungkan terjadinya perdagangan dari Luar Negeri ke Indonesia yang dibatasi agar Indonesia dapat mengembangkan sumber dayanya.

B. Rumusan Masalah

Dampak fenomena pada latar belakang menyebabkan peneliti ingin mempertanyakan;

1. Bagaimana dampak perubahan PMK 112 Tahun 2018 menjadi PMK 199 Tahun 2019 terhadap minat penggemar K-POP terhadap pembelian produk K-POP?
2. Bagaimana pemahaman pembeli terhadap perubahan PMK No 199 Tahun 2019?
3. Bagaimanakah pembeli melakukan perhitungan pajak terhadap produk K-POP yang dibeli?

C. Batasan Masalah

Peneliti melakukan pembatasan dalam konteks ruang, dengan membatasi penelitian pada bea masuk dan Pajak Penghasilan Pasal 22 tanpa PPN serta sanksi administrasi yang dikenakan dari pihak bea dan cukai. Sedangkan dalam konteks waktu peneliti membatasi pada pembelian yang melakukan impor pada tahun 2023 untuk mengetahui minat pembeli sesudah adanya perubahan pada PMK. Maka dari itu penelitian ini disampaikan apakah kebijakan yang ada dapat menjawab pertanyaan yang dilampirkan oleh peneliti.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan
 - a. Mengetahui minat dari pembeli untuk membeli produk K-POP saat adanya perubahan PMK No. 199 tahun 2019.

- b. Mengetahui sejauh mana pemahaman pembeli terhadap peraturan perpajakan khususnya PMK 199 Tahun 2019.
- c. Mengetahui sejauh mana pemahaman pembeli pada saat menghitung pajak yang harus dibayar.

2. Manfaat

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan mengenai kebijakan bea masuk. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan menjadi acuan bagi para pembaca dan pihak terkait, terutama yang sedang melakukan penelitian lebih lanjut.
- b. Secara praktis, penelitian ini yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung diharapkan dapat berguna bagi;

1) Otoritas pajak

Penelitian ini diharapkan dapat membantu otoritas pajak dalam menganalisa kebijakan - kebijakan bea masuk yang sesuai dengan barang yang dituju. Selain itu, diharapkan pemerintah dapat menanggulangi impor produk K-POP dengan melakukan perhitungan sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

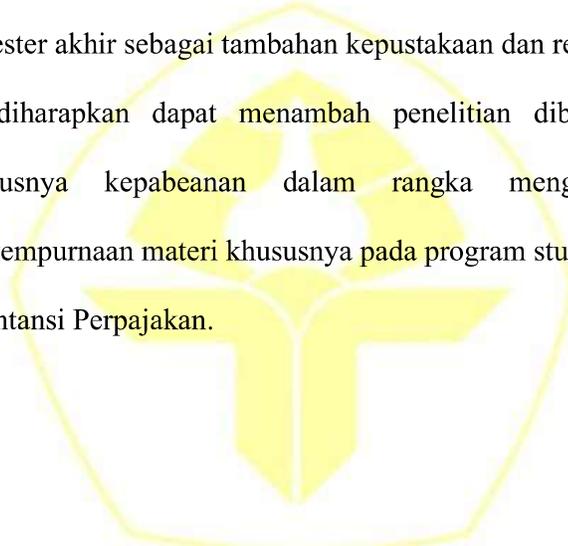
2) Masyarakat

Penelitian ini, diharapkan kepada masyarakat agar memahami kebijakan yang ada dalam melakukan impor produk K-POP. Penelitian ini berguna untuk menambah informasi bagi masyarakat yang melakukan jual beli produk K-POP. Penelitian ini pula memberikan

gambaran kepada masyarakat penggemar K-POP untuk tetap melaksanakan kewajiban perpajakannya saat melakukan transaksi jual beli antar negara.

3) Bagi Politeknik Negeri Bali

Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang dapat menambah pengetahuan bagi mahasiswa semester akhir sebagai tambahan kepustakaan dan referensi. Penelitian ini diharapkan dapat menambah penelitian dibidang perpajakan khususnya kepabeanan dalam rangka mengembangkan dan penyempurnaan materi khususnya pada program studi Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan.



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SARAN DAN KESIMPULAN

A. Simpulan

Berikut Kesimpulan pada penelitian ini:

1. Penerapan PMK No. 199 Tahun 2019 dan PMK No. 110 Tahun 2018 tidak mengurangi niat penggemar K-POP untuk membeli produk K-POP, produk sering dibeli saat idola baru meluncurkan album baru.
2. Kurang pahamiannya penggemar mengenai peraturan bea masuk dan perpajakan mengharuskan pemerintah untuk melakukan sosialisasi. Banyak penggemar tidak mengetahui perubahan peraturan dan cara perhitungan bea masuk yang dikenakan.
3. Penggemar K-POP memiliki berbagai cara dalam pembelian produk K-POP, termasuk penggunaan jasa titip, *pre-order* dan pembelian melalui *e-commerce*, meskipun ada resiko seperti pengiriman waktu yang lama dan barang yang hilang.

B. Implikasi

Berikut implikasi pada penelitian ini:

1. Teoritis

Penggemar K-POP yang memiliki pemahaman peraturan bea masuk akan berpengaruh terhadap pengenaan bea masuk yang dikenakan oleh pemerintah. Jika pemahaman penggemar K-POP lebih luas maka penggemar K-POP dapat memperkirakan bea masuk yang dibayarkan saat membeli barang impor. Kembali kepada niat pembeli itu sendiri, jika penggemar K-

POP memiliki minat yang tinggi terhadap produk yang diinginkan maka penggemar akan membelinya tanpa memikirkan bea masuk yang akan dibayarkan.

2. Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan ilmu tambahan dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mahasiswa mengenai perpajakan khususnya bea masuk atau pajak impor. Adanya pemahaman yang lebih mendalam menyebabkan mahasiswa akan lebih siap untuk menghadapi dunia perpajakan dalam konteks nyata.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi perpustakaan kampus dengan adanya nilai ilmiah dan informasi yang bermanfaat serta sebagai pengembangan materi dalam perkuliahan dari adanya nilai ilmiah dan informasi terkini terkait perpajakan.

c. Bagi Otoritas Pajak

Penelitian ini dapat menjadi publikasi yang dapat dijadikan acuan oleh Direktorat Jenderal Bea dan Cukai untuk mengetahui sejauh mana pemahaman yang dimiliki oleh penggemar K-POP terhadap adanya kebijakan bea masuk.

C. Saran

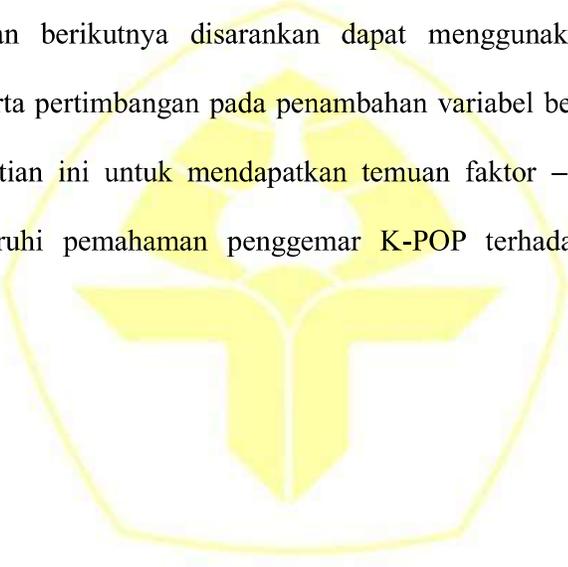
Saran yang diberikan dari hasil penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Otortitas Pajak

Sosialisasi bea masuk terhadap masyarakat harus sering dilakukan karena sangat penting untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang perubahan terhadap peraturan bea masuk sehingga dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat yang ingin membeli barang dari luar negeri.

2. Peneliti Selanjutnya.

Penelitian berikutnya disarankan dapat menggunakan metode yang berbeda serta pertimbangan pada penambahan variabel bebas yang berbeda dari penelitian ini untuk mendapatkan temuan faktor – faktor lain yang mempengaruhi pemahaman penggemar K-POP terhadap kebijakan bea masuk.



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Abaidoo, R. (2019). Policy uncertainty and dynamics of international trade. *Journal of Financial Economic Policy*, 11(1), 101–120. <https://doi.org/10.1108/JFEP-02-2018-0034>
- Ahmad, U. R. (2020). Pemberlakuan Pajak terhadap Barang Hasil Transaksi Jasa Titip Online. *Jurnal Suara Hukum*, 2(1). <https://doi.org/10.26740/jsh.v2n1.p71-85>
- Ahn, J. (2020). A Theory of Domestic and International Trade Finance. *Emerging Market Finance: New Challenges and Opportunities*, 21, 203–229. <https://doi.org/10.1108/S1569-376720200000021012>
- Anggreani, D., & Lestari, M. I. (2021). Pengaruh Regulasi Ambang Batas USD 3 Melalui E-Commerce Terhadap Minat Beli Produk Impor di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Universitas Ngudi Waluyo*, 2(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1434>
- Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP. *Journal Of Social Science Research*, 3(6), 3847–3858. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i6.6424>
- Aspers, P., & Corte, U. (2019). What is Qualitative In Qualitative Research. *Qualitative Sociology*, 42, 139–160. <https://doi.org/10.1007/s11133-019-9413-7>
- Deyanputri, N. F. (2020). Pengaruh Kebijakan Penurunan Ambang Batas Pembebasan Bea Masuk Nilai Impor Barang Kiriman (De Minimis) terhadap Volume Impor Barang Kiriman Indonesia (PMK No. 199/PMK.10/2019). *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(2), 149–159. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v3i2.1088>
- Eagle, L., Dahl, S., Hill, S., Bird, S., Spotswood, F., & Tapp, A. (2013). *Social Marketing*. Pearson Prentice. Hall.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. (Addison Wesley, Ed.). Reading.
- Heckscher, Eli. (1919). *International Trade, and Economic History* (R. Findlay, R. H. G., Henriksson, H. Lindgren, & M. Lundahl, Eds.). <https://doi.org/10.2307/2590883>
- Jin, B., Yang, H., & Kim, N. (2019). Prototypical brands and cultural influences: Enhancing a country's image via the marketing of its products. *Management Decision*, 57(11), 3159–3176. <https://doi.org/10.1108/MD-01-2018-0057>
- UU No 17 Tahun 2006 Tentang Kepabeanan. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/40189>

- Leana, N. F., Yanti, N. P. S., Andika, I. M. A. R., Dewi, N. N. E., Santoso, B. C., & Santoso, P. C. (2022). *Respon Konsumen Generasi Z Terhadap Penggunaan Artis Korea Sebagai Bintang Iklan E-Commerce Indonesia*. 5. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/sintesa/article/view/2402>
- Lee, Nancy, R., & Philip, K. (2011). *Social Marketing :Influencing Behaviors for Good*. Sage Publication, Inc.
- Madichie, N. O. (2021). Oppan Gangnam style! A series of accidents – place branding, entrepreneurship and pop culture. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 23(1), 103–121. <https://doi.org/10.1108/JRME-02-2019-0011>
- Mun, T. (2003). *Bullion to Foreign Trade* (V. Gianni & G. Peter, Eds.).
- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi* (Suwito, Ed.). Prenadamedia Group.
- OECD. (2021). *Regulatory policy 2.0*. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/38b0fdb1-en/1/3/1/index.html?itemId=/content/publication/38b0fdb1-en&csp=98126082d8cd9c3becbc075f085ad466&itemIGO=oecd&itemContentType=book#boxsection-d1e1545>
- PMK No. 203 Tahun 2017. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2017/203~PMK.04~2017Per.pdf>
- Pongoh, I. A. J. R., Frederica, D., & Iskandar, D. (2023). Pemahaman Penggemar Korean Pop Atas Bea Masuk Pembelian Merchandise . *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1765–1771. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1434>
- Popkova, E. G. (2022). International Trade in the Era of Neo-Globalization: Disintegration vs Digital Partnership. *Current Problems of the World Economy and International Trade*, 42, 7–13. <https://doi.org/10.1108/S0190-128120220000042001>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*. (S. Nadeau, Ed.; Free Pass).
- Qian, G., Liu, B., & Wang, Q. (2018). Government subsidies, state ownership, regulatory infrastructure, and the import of strategic resources: Evidence from China. *Multinational Business Review*, 26(4), 319–336. <https://doi.org/10.1108/MBR-10-2017-0080>
- Ri'aeni, I. (2019). Pengaruh Budaya Korea (K-Pop) Terhadap Remaja Di Kota Cirebon. *Communications*, 1(1), 1–25. <https://doi.org/10.21009/Communications.1.1.1>
- Ricaedo, David. (2005). *Principles of Political Economy and Taxation* (John Murray, Ed.). https://doi.org/10.1142/9789812701275_0014

- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 62–72.
<https://doi.org/10.31289/simbolika.v4i1.1474>
- Sihombing, S., & Sibagariang, S. A. (2020). *Perpajakan*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Smith, Adam. (2002). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (Economics). Oxford, England : Bibliomania.com Ltd.
<https://doi.org/10.1002/9780470755679>
- Suci, S. E., Hidayat, A. R., & Hidayat, Y. R. (2022). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Photocard pada Album Kpop. *Sharia Economic Law*, 2(1).
<https://doi.org/10.29313/bessel.v2i1.1319>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Surono. (2023). *Kepabeanan dan Cukai* (4th ed.).
- Suta, I., Abdi, I. N., Hardika, N. S., & Sukayasa, I. K. (2019). Analyzing The Influencing Of Cultural Differences On Implementing Consumer Based-Brand Equity: A Tourist Destination Development Strategy. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 354, 299–303.
<https://doi.org/10.2991/icastss-19.2019.23>
- Tanliana, D., & Utami, L. S. (2022). *Perilaku Konsumtif Penggemar Korean Wave di Twitter (Studi Tentang Fenomena Koleksi Photocard K-Pop)*. 6(1), 184–190. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15549>
- PMK No. 199 Tahun 2019
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2019/199~PMK.010~2019Per.pdf>
- PMK No. 110 Tahun 2018
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2018/110~PMK.010~2018Per.pdf>
- PMK No. 112 Tahun 2018
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2018/112~PMK.04~2018Per.pdf>