

**PENERAPAN AKUNTANSI PAJAK PERTAMBAHAN NILAI ATAS
JASA IKLAN GUNA MENGHITUNG PAJAK YANG TERUTANG**
(Studi Kasus Pada PT. Kediri Intermedia Pers)

Oleh :
Dewi Malydhasari
Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri (Uniska) Kediri
Email : Malyndha.kediri@gmail.com

ABSTRACT

PT Kediri Intermedia Pers is a company that publish local news paper with the name Radar Kediri. The purpose of the research is applying accounting Value Added Tax of Advertisement to count Tax Due. This research used descriptive quatitative analysis method such as counting Tax Base, counting Value Added Tax, applying accounting Value Added Tax, reporting income statement and balance sheet and counting Tax Due. Primary data in this research include of company profile, stucture organization, revenue of advertisement, Input Value Added Tax, Output Value Added Tax, income statement and balance sheet. The result of counting Tax Base showed higher than company's calculation. The result of the company showed the revenue of advertisement is Rp11.737.643.013,00 while the result of analysis showed Rp 18.926.890.478,00. From the result was also known that the company did not count Value Added Tax that was cut from others Rp 121.003.800,00. So the company payed Value Added Tax higher than it should. From the counting of Value Added Tax of Advertisement was got Tax Due Rp 1.834.795.781,00. In conclusion showed that applying accounting Value Added Tax of Advertisment will get more revenue and make the Tax Due is higher.

Keywords: Value Added Tax, Advertisement, Tax Due

ABSTRAK

PT Kediri Intermedia Pers adalah perusahaan yang menerbitkan media masa lokal dengan nama Radar Kediri. Tujuan yang hendak dicapai dengan dilakukan penelitian ini adalah untuk menerapkan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai Atas Jasa Iklan Guna Menghitung Pajak Yang Terutang. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan cara menghitung Dasar Pengenaan Pajak, menghitung Pajak Pertambahan Nilai, menerapkan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai, pelaporan pada laporan laba rugi dan neraca, dan menghitung Pajak Yang Terutang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer meliputi gambaran umum perusahaan, struktur organisasi, data perolehan atas Jasa Iklan, daftar Pajak Masukan, daftar Pajak Keluaran, laporan laba rugi dan neraca. Dari hasil penelitian perhitungan Dasar Pengenaan Pajak diperoleh jumlah pendapatan atas Jasa Iklan yang lebih besar dari perhitungan perusahaan. Perhitungan perusahaan menunjukkan jumlah perolehan Jasa Iklan sebesar Rp 11.737.643.013,00 sedangkan dari hasil analisis sebesar

Rp 18.926.890.478,00. Dari hasil analisis juga diketahui bahwa perusahaan tidak memperhitungkan PPN yang dipungut pihak pemungut PPN sebesar Rp 121.003.800,00 sehingga jumlah Pajak Pertambahan Nilai yang disetor ke kas negara menjadi lebih besar. Dari hasil perhitungan Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan didapatkan jumlah Pajak Yang Terutang perusahaan berdasarkan hasil analisis sebesar Rp 1.834.795.781,00. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan akan menghasilkan pendapatan iklan yang lebih besar dari hasil perhitungan perusahaan sehingga Pajak Yang Terutang juga lebih besar.

Kata Kunci: Pajak Pertambahan Nilai, Jasa Iklan, Pajak Yang Terutang

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pajak merupakan sektor yang berperan penting bagi penerimaan negara. Secara umum pajak adalah iuran wajib dari rakyat kepada negara berdasarkan undang-undang yang pelaksanaannya bersifat dipaksakan tanpa mendapat imbalan secara langsung. Salah satu jenis pajak yang ada di Indonesia adalah Pajak Pertambahan Nilai yang mulai diperkenalkan sejak 1 April 1985 untuk menggantikan Pajak Penjualan. Dasar hukum Pajak Pertambahan Nilai adalah Undang-undang No. 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah sebagaimana telah direvisi dengan Undang-undang No. 11 Tahun 1994, Undang-undang No. 18 Tahun 2000 dan yang terakhir Undang-undang No. 42 Tahun 2009 tentang perubahan ketiga Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak yang dikenakan atas penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak yang dihasilkan, diserahkan serta dikonsumsi di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh Pengusaha Kena Pajak. Pajak Pertambahan Nilai merupakan pajak tidak langsung, yang artinya pajak dapat dibebankan atau dialihkan kepada pihak lain, yaitu pihak yang mempunyai kewajiban

memungut, menyetor dan melaporkan Pajak Pertambahan Nilai.

Mekanisme pencatatan Pajak Pertambahan Nilai menggunakan akun Pajak Masukan dan Pajak Keluaran. Pajak Masukan atau piutang Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak yang dikenakan saat perolehan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak. Sedangkan Pajak Keluaran atau utang Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak yang dipungut saat penyerahan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak. Pajak Masukan yang telah disetor dapat dikreditkan dengan Pajak Keluaran yang telah dipungut. Selisih Pajak Masukan dan Pajak Keluaran merupakan Pajak Pertambahan Nilai yang harus dibayar oleh perusahaan. Kelebihan atas Pajak Pertambahan Nilai ini dapat direstitusi atau dikompensasikan ke masa tahun pajak berikutnya. Jumlah dari penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak yang terutang Pajak Pertambahan Nilai baik yang dipungut sendiri maupun yang dipungut oleh pemungut Pajak Pertambahan Nilai merupakan jumlah peredaran bruto yang digunakan untuk menghitung Pajak Yang Terutang.

Pajak Yang Terutang adalah pajak yang harus dibayar atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung pada akhir tahun. Dasar Pengenaan Pajak untuk Pajak Yang Terutang adalah Penghasilan Kena Pajak yang

merupakan hasil dari peredaran bruto dikurangi dengan biaya untuk mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan yang diperkenankan oleh undang-undang. Besarnya Pajak Yang Terutang untuk Badan Usaha Tetap adalah Jumlah Penghasilan Kena Pajak dikalikan tarif sesuai dengan undang-undang pasal 17.

Penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai merupakan suatu proses pencatatan dan penyajian transaksi keuangan yang berkaitan dengan perhitungan Pajak Pertambahan Nilai yang mengacu pada peraturan dan undang-undang perpajakan yang berlaku. Penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai ini kemudian digunakan untuk menghitung Pajak Yang Terutang pada akhir tahun.

PT Kediri Intermedia Pers adalah perusahaan yang menerbitkan media masa lokal dengan nama Radar Kediri. Salah satu kegiatan usaha PT Kediri Intermedia Pers yaitu menyediakan tempat untuk penyampaian informasi kepada publik berupa *space* iklan. Jasa Iklan termasuk dalam kategori jasa lainnya yang merupakan Jasa Kena Pajak dan dikenakan Pajak Pertambahan Nilai sebesar 10% dari Dasar Pengenaan Pajak.

Penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan belum diterapkan pada PT Kediri Intermedia Pers, oleh karena itu penerapan ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi tentang Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan yang sesuai dengan peraturan dan undang-undang perpajakan. Dengan adanya penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai diharapkan dapat digunakan untuk menghitung Pajak Yang Terutang.

Berdasarkan uraian diatas, mengingat pentingnya penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan pada perusahaan dikaitkan

dengan menghitung Pajak Yang Terutang maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “Penerapan Akuntansi Pajak Pertambahan Nilai Atas Jasa Iklan Guna Menghitung Pajak Yang Terutang (Studi Kasus Pada PT Kediri Intermedia Pers)”

Batasan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, agar pembahasan tidak meluas dan menyimpang, maka peneliti membatasi penelitian pada penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan guna menghitung Pajak Yang Terutang untuk tahun 2013.

Rumusan Masalah

Seperti yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka pokok permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas jasa iklan guna menghitung pajak yang terutang untuk tahun 2013 pada PT Kediri Intermedia Pers?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menerapkan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan guna menghitung Pajak Yang Terutang pada PT Kediri Intermedia Pers.

METODE PENELITIAN

Data dan Teknik Pengumpulannya

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa data tentang gambaran umum perusahaan dan struktur organisasi PT Kediri Intermedia Pers.
2. Data Kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa data perolehan atas Jasa Iklan, daftar Pajak Masukan dan Pajak Keluaran untuk tahun 2013.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian, yaitu data mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi, kebijakan-kebijakan perusahaan, data perolehan Jasa Iklan, daftar Pajak Masukan dan Pajak Keluaran tahun 2013.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yakni:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan pada bagian administrasi pajak untuk memperoleh data tentang proses akuntansi Pajak Pertambahan Nilai, perhitungan Pajak Yang Terutang dan struktur organisasi perusahaan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dalam rangka mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu gambaran umum perusahaan, data perolehan atas Jasa Iklan, daftar Pajak Masukan dan Pajak Keluaran perusahaan untuk tahun 2013.

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan alat analisis sebagai berikut:

- a. Menghitung Dasar Pengenaan Pajak
Dasar Pengenaan Pajak merupakan nilai penggantian yaitu nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh pemberi jasa karena penyerahan Jasa Kena Pajak.
 $DPP \text{ atas Jasa Iklan} = (\text{Jumlah mmk} \times \text{Tarif per mmk} \times \text{pemuatan}) - \text{Diskon,}$
atau = Biaya pemasangan Iklan
- b. Menghitung Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Mardiasmo (2013) menghitung Pajak Pertambahan Nilai adalah sebagai berikut:

$$PPN = \text{Tarif} \times \text{Dasar Pengenaan Pajak (DPP)}$$

c. Penerapan Akuntansi Pajak Pertambahan Nilai

Penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai menurut Waluyo (2010) menggunakan akun Pajak Masukan dan Pajak Keluaran untuk transaksi pembelian dan penjualan. Pada saat menyetorkan PPN yang masih harus dibayar menurut Purwono (2010):

Pajak Keluaran	xxx	
Pajak Masukan		xxx
Kas		xxx

d. Pelaporan Pada Laba Rugi dan Neraca

e. Menghitung Pajak Yang Terutang untuk Wajib Pajak Badan

Menghitung Pajak Yang Terutang untuk Wajib Pajak Badan menurut Mardiasmo (2013), yaitu:	
Penghasilan bruto	xxx
Biaya yang diperkenankan	
UU PPh	(xxx)
PKP	xxx
Pajak Yang Terutang:	
PKP x Tarif Pasal 17	xxx

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Menghitung Dasar Pengenaan Pajak

PT Kediri Intermedia Pers dalam menghitung Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan menggunakan tarif 10% dikali Dasar Pengenaan Pajak. Dasar Pengenaan Pajak atas Jasa Iklan diperoleh dengan menghitung jumlah milimeter kolom dikalikan dengan tarif iklan dikurangi diskon berdasarkan pemuatan untuk masing-masing iklan.

Untuk menilai apakah perusahaan telah menghitung Dasar Pengenaan Pajak dengan benar, maka peneliti menghitung ulang

Dasar Pengenaan Pajak atas Jasa Iklan untuk jenis display dan advertorial sedangkan untuk iklan spesial kolom, bursa, baris dan aneka kebutuhan Dasar Pengenaan Pajaknya adalah biaya pemasangan iklan berdasarkan tarif iklan yang telah ditentukan. Dari hasil perhitungan, diperoleh total Dasar Pengenaan Pajak selama 12 (dua belas bulan) sebesar Rp 18.926.890.478,00.

2. Menghitung Pajak Pertambahan Nilai

Dalam menghitung Pajak Pertambahan Nilai, terlebih dulu peneliti menghitung Pajak Keluaran berdasarkan Dasar Pengenaan Pajak yang telah dihitung sebelumnya dan Pajak Masukan. Selisih antara jumlah Pajak Keluaran dan Pajak Masukan merupakan Pajak Pertambahan Nilai yang kurang (lebih) bayar. Dari hasil perhitungan diperoleh jumlah Pajak Pertambahan Nilai yang kurang bayar selama 12 (dua belas) bulan sebesar Rp1.092.535.689,10.

Tabel 1
Perhitungan Pajak Pertambahan Nilai Kurang Bayar Tahun 2013

Bulan	PPN Keluaran	PPN Masukan	PPN Kurang Bayar
Januari	Rp147.746.587,20	Rp58.786.695,00	Rp88.959.892,20
Februari	Rp175.512.208,90	Rp60.747.478,10	Rp114.764.730,80
Maret	Rp127.865.738,90	Rp64.902.077,50	Rp62.963.661,40
April	Rp163.613.285,60	Rp81.322.652,70	Rp82.290.632,90
Mei	Rp146.409.656,50	Rp77.011.552,80	Rp69.398.103,70
Juni	Rp194.496.984,70	Rp68.450.953,20	Rp126.046.031,50
Juli	Rp190.708.109,30	Rp67.746.457,20	Rp122.961.652,10
Agustus	Rp143.242.276,70	Rp60.034.422,10	Rp83.207.854,60
September	Rp137.551.716,30	Rp64.560.863,70	Rp72.990.852,60
Oktober	Rp157.418.093,70	Rp63.839.404,20	Rp93.578.689,50
November	Rp135.883.458,50	Rp64.316.369,00	Rp71.567.089,50
Desember	Rp172.240.931,50	Rp68.434.433,20	Rp103.806.498,30
Total	Rp1.892.689.047,80	Rp800.153.358,70	Rp1.092.535.689,10

Sumber: Data Primer diolah

a. Penerapan Akuntansi Pajak Pertambahan Nilai

Berdasarkan hasil perhitungan Pajak Keluaran dan Pajak Masukan maka penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan untuk bulan Desember pada saat menyetorkan Pajak Pertambahan Nilai yang masih harus dibayar sebagai berikut:

Pajak Keluaran Rp 172.240.931,50
 Pajak Masukan Rp 68.434.433
 Kas Rp 103.806.498,30

b. Pelaporan Pada Laba Rugi dan Neraca

Laporan Laba Rugi perusahaan dengan laporan Laba Rugi setelah perhitungan Dasar Pengenaan Pajak yang benar terdapat perbedaan. Total pendapatan iklan tahun 2013 termasuk Pajak Pertambahan Nilai hasil analisis sebesar Rp 20.819.579.526,00 dan total biaya langsung termasuk Pajak Pertambahan Nilai sebesar Rp 8.801.686.946. Laba kotor menjadi Rp 12.017.892.580,00. Total biaya administrasi dan umum yang berkaitan dengan usaha perusahaan sebesar Rp 2.607.995.228,00. Untuk meng-hitung laba usaha adalah dengan mengurangkan laba kotor dengan total biaya administrasi dan umum serta mengeluarkan unsur Pajak Pertambahan Nilai dari pendapatan iklan dan biaya langsung, karena Pajak Pertambahan Nilai untuk bulan Januari sampai dengan November telah disetor ke kas negara. Sedangkan untuk Pajak Pertambahan Nilai bulan Desember akan masuk ke dalam neraca sebagai Piutang Pajak Pertambahan Nilai untuk Pajak Masukan dan Utang Pajak Pertambahan Nilai untuk Pajak Keluaran. Sehingga laba usaha menurut hasil analisis adalah Rp 8.317.361.663,00. Total pendapatan dan biaya lain-lain sebesar Rp 104.642.566,00 sehingga laba

sebelum pajak menurut hasil analisis adalah Rp 8.422.004.229,00.

Berdasarkan hasil analisis diatas menunjukkan bahwa perhitungan Pajak Pertambahan nilai atas Jasa Iklan berdasarkan Dasar Pengenaan Pajak akan menghasilkan jumlah perolehan Jasa Iklan yang lebih besar sehingga laba perusahaan akan semakin besar. Perhitungan laba rugi perusahaan sebesar Rp 1.232.756.764,00 dan menurut hasil analisis sebesar Rp. 8.422.004.229,00. Jumlah laba menurut hasil analisis lebih besar dibandingkan perhitungan perusahaan. Hal ini akan mempengaruhi saldo laba pada neraca sebesar Rp 6.075.707.493,00 dan akan menambah jumlah kas pada neraca sebesar Rp 6.075.707.493,00. Sehingga posisi neraca untuk jumlah aset dan jumlah kewajiban dan ekuitas menjadi Rp 10.049.589.712,50.

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa perhitungan Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan berdasarkan Dasar Pengenaan Pajak akan mempengaruhi neraca dengan bertambahnya kas sebesar Rp 6.179.513.991,30 dan bertambahnya saldo laba sebesar Rp 6.075.707.493,00.

c. Menghitung Pajak Yang Terutang

Tabel 2
Pajak Yang Terutang PT Kediri Intermedia Pers

Keterangan	Jumlah
Pendapatan Iklan	Rp 18.926.890.478,00
Biaya Langsung	(Rp 8.001.533.587,00)
Laba Kotor	Rp 10.925.356.891,00
Biaya Usaha:	
Pemasaran	(Rp 1.357.880.700,00)
Umum & adm	(Rp 1.250.114.528,00)
Jumlah Beban Usaha	(Rp 2.607.995.228,00)
Laba Usaha	Rp 8.317.361.663,00
Pendapatan/Beban Lain-lain:	
Pendapatan Bunga	Rp 17.040.493,00
Beban adm Bank	(Rp 482.500,00)
Lain-lain	Rp 88.084.573,00
Jumlah Pendapatan Lain-lain	Rp 104.642.566,00
Laba Sebelum Pajak menurut Laba Rugi	Rp 8.422.004.229,00
Laba Sebelum Pajak menurut Fiskal:	
Pendapatan Bunga	(Rp 17.040.493,00)
Penghasilan Kena Pajak	Rp 8.404.963.736,00
Perhitungan Pajak Yang Terutang:	
25% x 50% x Rp 2.131.561.229*	Rp 266.445.154,00
25% x Rp 6.273.402.507*	Rp 1.568.350.627,00
Jumlah Pajak Yang Terutang	Rp 1.834.795.781,00

Sumber: Data Primer diolah

Penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan dengan menghitung Dasar Pengenaan Pajak yang benar menghasilkan total pendapatan iklan sebesar Rp 18.926.890.478,00 yang merupakan jumlah peredaran bruto yang digunakan dalam menghitung Penghasilan Kena

Pajak. Berdasarkan Tabel 4.14 jumlah Penghasilan Kena Pajak sebesar Rp 8.404.963.736,00 diperoleh dari jumlah peredaran bruto ditambah penghasilan lain-lain dikurangi biaya-biaya yang dikenakan oleh undang-undang. Sehingga jumlah Pajak Yang Terutang PT Kediri Intermedia Pers adalah sebesar Rp 1.834.795.781,00.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. PT Kediri Intermedia Pers dalam menghitung Dasar Pengenaan Pajak atas Jasa Iklan belum sesuai dengan perhitungan yang sebenarnya yaitu mengalikan tarif iklan dengan jumlah milimeter kolom dikurangi diskon sesuai dengan banyaknya pemuatan iklan. Dari hasil penelitian terdapat perbedaan Dasar Pengenaan Pajak untuk iklan display dan advertorial. Total Dasar Pengenaan Pajak menurut perhitungan perusahaan sebesar Rp 11.737.643.013,00 sedangkan hasil penelitian menunjukkan jumlah sebesar Rp 18.926.890.478,00.
2. Hasil perhitungan Pajak Yang Terutang PT Kediri Intermedia Pers sebesar Rp 1.834.795.781,00. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan akan menghasilkan pendapatan iklan yang lebih besar

sehingga jumlah Pajak Yang Terutang juga lebih besar.

Saran

Adapun saran-saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam menerapkan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai perusahaan hendaknya menghitung Dasar Pengenaan Pajak khususnya untuk iklan display dan advertorial dengan benar sesuai dengan tarif yang berlaku pada perusahaan.
2. Perusahaan dalam menghitung Pajak Yang Terutang hendaknya sesuai dengan penerapan akuntansi Pajak Pertambahan Nilai atas Jasa Iklan sehingga jumlah Pajak Yang Terutang sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.
3. Perusahaan hendaknya meninjau kembali kebijakan tentang pemberian harga pemasangan iklan kepada pelanggan agar tidak terjadi selisih perhitungan Pajak Pertambahan Nilai dan agar perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Jedral Pajak, (2013), *“Peraturan Pemerintah Nomer 46 Tahun 2013”* (www.pajak.go.id diakses tanggal 14 April 2015)
- Fitriandi, Primandita dan rekan, (2010), *“Kompilasi Undang-Undang Perpajakan Terlengkap”*, Jakarta: Salemba Empat
- Mardiasmo, (2013), *“Perpajakan”*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Muljono, Djoko, (2010), *“Akuntansi Pajak”*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wicaksono, 2009, *“Akuntansi Pajak Lanjutan”*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Pohan, Chairil Anwar, (2013), *“Manajemen Perpajakan: Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis”*, Edisi Revisi, Jakarta: Kompas Gramedia
- Purwono, Herry, (2010), *“Dasar-Dasar Perpajakan & Akuntansi Pajak”*, Jakarta: Erlangga
- Resmi, Siti, (2008), *“Perpajakan: Teori dan Kasus”*, Edisi Keempat, Jakarta: Salemba Empat
- Sukardji, Untung, (2014), *“Pokok-pokok Pajak Pertambahan Nilai Indonesia”* Edisi Revisi, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada