

## TEMA

25, 1

## SUBMIT

Maret 2024

## REVISI

April 2024

## DITERIMA

Mei 2024



## INDEKS

Google Scholar

## KORESPONDING AUTHOR

Tio Arriela Doloksaribu  
Universitas Wisnu-  
wardhana,  
Indonesia

## EMAIL

tioarriela@gmail.com

## STRATEGI PENETAPAN HARGA JUAL DAN PERENCANAAN PAJAK DALAM RANGKA MENINGKATKAN NILAI PERUSAHAAN

**Tio Arriela Doloksaribu**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Wisnuwardhana, Indonesia

**Novita Rifaul Kirom****Firina Lukitaningtias**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Wisnuwardhana, Indonesia

**Abstract:** *The post-pandemic economic decline caused company values to weaken. In order to increase business capacity, a strategy for determining selling prices and tax planning is needed. This research aims to descriptively explore strategies for increasing the value of MSME companies. The research method was carried out using a descriptive qualitative approach carried out by Basuki Lacasa Art who is experienced in the furniture export sector. The informant in this research was Roy Anugerah, who informed that maintaining the value of his company in export activities was based on tax planning strategies. The tax planning carried out is with the Import - Export Facility (KITE), Tax Holiday and Tax Allowance, apart from that the Company needs to carry out financial operational management that takes into account the imposition of PPh 22. Pricing strategies are Cost-Plus Pricing, Value-Based Pricing, and Premium Pricing is an important consideration for the success of an export business. The results of this research can be used as material for consideration by small, micro and medium industries by focusing on tax planning and pricing to achieve optimal company value.*

**Keywords:** *Company Value, Price, Tax Planning*

**Abstrak:** Penurunan ekonomi pasca pandemi menyebabkan nilai perusahaan turut melemah. Dalam rangka meningkatkan kapasitas bisnis dibutuhkan strategi penetapan harga jual dan perencanaan pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami secara deskriptif terkait strategi peningkatan nilai Perusahaan UMKM. Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilakukan pada Basuki Lacasa Art yang berpengalaman di bidang ekspor mebel. Informan dalam penelitian ini adalah Roy Anugerah, yang menginformasikan bahwa mempertahankan nilai perusahaannya pada aktivitas ekspor berdasarkan pada strategi perencanaan pajak. Perencanaan pajak yang dilakukan adalah dengan Fasilitas Kemudahan Import - Ekspor (KITE), Tax Holiday dan Tax Allowance, selain itu Perusahaan perlu melakukan pengelolaan operasional keuangan yang mempertimbangkan pengenaan PPh 22. strategi penetapan harga yaitu Cost-Plus Pricing, Value-Based Pricing, dan Premium Pricing menjadi pertimbangan penting bagi kesuksesan bisnis ekspor. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan industri kecil mikro menengah dengan berfokus pada perencanaan pajak dan penetapan harga untuk mencapai nilai perusahaan yang optimal.

**Kata kunci:** Nilai Perusahaan, Harga, Perencanaan Pajak

## Cite:

Doloksaribu, T. A., Kirom, N. R., & Lukitaningtias, F. (2024). Strategi Penetapan Harga Jual Dan Perencanaan Pajak Dalam Rangka Meningkatkan Nilai Perusahaan. *Tema (Jurnal Tera Ilmu Akuntansi)*, 25(1), 23–30. DOI: <https://doi.org/10.21776/tema.25.1.23-30>.

## PENDAHULUAN

Saat ini, jumlah pengrajin mebel di Malang, khususnya yang membuat mebel kayu ukir, terus berkurang karena tren mebel yang bergeser ke gaya minimalis. Di sisi lain, semakin banyak pendatang baru di industri ini, kebanyakan mereka mengerjakan finishing produk setengah jadi atau hanya menjual mebel dari luar Malang. Meskipun sebagian besar produksi mebel di Malang hanya untuk pasar lokal, sebanyak 69% industri mebel di kota ini telah berhasil menembus pasar regional Jawa Timur, bahkan 31% di antaranya telah mencapai pasar nasional. Industri mebel di Malang memiliki peran penting dalam perekonomian daerah, tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, dan berkelanjutan. Selain itu, industri ini juga berperan dalam melestarikan budaya dan kearifan lokal melalui desain-desain mebel yang terinspirasi dari kekayaan alam dan tradisi daerah. Namun, pengusaha mebel juga perlu memperhatikan kewajiban pajak yang berlaku, yang jenisnya beragam tergantung dari skala bisnis dan jenis transaksi yang dilakukan.

Di sisi lain, industri mebel mengalami penurunan ekonomi dalam perkembangan bisnisnya. Jumlah perajin untuk saat ini terus mengalami penurunan, terutama perajin yang memproduksi mebel kayu ukir. Hal ini disebabkan karena perubahan tren mebel yang semakin mengarah ke gaya minimalis. Di sisi lain juga terjadi peningkatan jumlah pendatang baru yang sebagian besar adalah perajin yang melakukan finishing terhadap produk-produk setengah jadi, serta sebagian lagi hanya memasarkan produk-produk mebel dari kota di luar Malang menurut publikasi Diskopindag kota Malang. Hal ini beresesuaian dengan penelitian terdahulu bahwa industri kreatif tantangan bisnis yang belum optimal hingga tataran keberlanjutan usaha (Prawoto et al., 2023).

Industri mebel yang merambah pasar global perlu mematuhi ketentuan PPh Pasal 22 Impor dikenakan atas impor barang, termasuk mebel. Tarif PPh Pasal 22 Impor untuk mebel adalah 7,5% (atau 10% untuk importir

non-PKP). PPh Pasal 22 Impor di industri mebel Malang memiliki beberapa dampak penting. Pajak ini menjadi sumber pendapatan negara yang signifikan, sekaligus melindungi industri lokal dari persaingan impor yang tidak sehat (Reza et al., 2023). Akan tetapi, pajak ini juga bisa meningkatkan harga mebel impor. Pemerintah memberikan insentif fiskal untuk mendorong investasi, tetapi masih ada tantangan dalam kepatuhan pajak. Kebijakan PPh Pasal 22 Impor terus dievaluasi dan disesuaikan untuk meningkatkan efektivitas penerimaan pajak dan mendorong iklim investasi yang kondusif. Secara keseluruhan, PPh Pasal 22 Impor mencerminkan dinamika antara kepentingan fiskal pemerintah, perlindungan industri dalam negeri, dan persaingan pasar global (Mustika, 2022). Pemahaman yang baik tentang PPh Pasal 22 Impor penting bagi pengusaha mebel di Malang. Sehingga dalam rangka mematuhi kewajiban PPh Pasal 22 impor, pengusaha mebel perlu mendalami perencanaan pajak agar nilai potongan pajaknya dapat ditekan.

Selanjutnya, untuk meningkatkan kapasitas bisnis dibutuhkan strategi penetapan harga. Strategi penetapan harga yang tepat untuk bisnis mebel akan tergantung pada berbagai faktor, seperti jenis produk, target pasar, posisi merek, dan kondisi persaingan (Hermawan et al., 2022). Penting bagi perusahaan untuk melakukan riset pasar dan analisis biaya secara menyeluruh sebelum menentukan strategi penetapan harga yang paling efektif (Saragih, 2015). Dalam membahas strategi penetapan harga, namun disebutkan bahwa pajak seperti PPN dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi harga (Natalia & Fajria, 2023; Putri et al., 2023). PPN adalah salah satu komponen biaya yang harus diperhitungkan dalam menentukan harga. Perencanaan pajak yang efektif dapat membantu perusahaan meminimalkan beban pajak dan meningkatkan profitabilitas, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, artikel ini tidak membahas secara detail bagaimana perencanaan pajak dapat secara langsung meningkatkan nilai perusahaan mebel. Penelitian ini

bertujuan untuk mendalami penetapan harga didasarkan pada perencanaan pajak dan strategi penetapan harga dalam rangka meningkatkan nilai Perusahaan mebel di kota Malang. Penelitian ini berfokus pada informasi yang diberikan oleh pengusaha mebel kota Malang yang memiliki pengalaman melakukan import mebel ke pasar global.

## TINJAUAN TEORITIS

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah estimasi total nilai pasar dari suatu perusahaan. Ini adalah metrik penting bagi investor, pemilik bisnis, dan analis keuangan karena mencerminkan seberapa besar nilai yang diberikan pasar kepada perusahaan tersebut (Lukason & Visak, 2020; Ezeoha et al., 2022). Nilai perusahaan dapat dihitung dengan berbagai cara, tetapi metode yang paling umum adalah dengan menambahkan nilai pasar ekuitas dimana jumlah saham beredar dikalikan dengan harga saham dan hutang bersih yang dihitung berdasarkan total hutang dikurangi kas dan setara kas (Purkayastha & Filatotchev, 2023; Schoenmaker & Schramade, 2023; Sloan & Wang, 2023). Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain: 1.) Kinerja keuangan: Laba bersih, arus kas, dan tingkat pertumbuhan perusahaan adalah faktor penting yang mempengaruhi nilai perusahaan. 2.) Prospek industri: Kondisi industri tempat perusahaan beroperasi, seperti tingkat persaingan, regulasi, dan potensi pertumbuhan, juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. 3.) Manajemen: Kualitas manajemen, strategi bisnis, dan rekam jejak perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham juga merupakan faktor penting. 4.) Kondisi ekonomi makro: Faktor-faktor ekonomi makro seperti suku bunga, inflasi, dan pertumbuhan ekonomi juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Perencanaan pajak dapat memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, baik secara positif, antara lain: 1.) Peningkatan Laba Bersih: Perencanaan pajak yang efektif dapat membantu perusahaan mengurangi beban pajak secara legal, sehingga meningkatkan laba bersih. Laba bersih yang lebih tinggi dapat meningkatkan nilai perusa-

haan di mata investor, karena menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan yang lebih besar. 2.) Peningkatan Arus Kas: Dengan membayar pajak yang lebih rendah, perusahaan memiliki lebih banyak uang tunai yang tersedia untuk diinvestasikan kembali dalam bisnis, membayar dividen kepada pemegang saham, atau mengurangi utang (Moin et al., 2020; Wahyudin & Salsabila, 2019). Arus kas yang lebih kuat dapat meningkatkan nilai perusahaan karena menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membiayai operasinya dan tumbuh di masa depan. 3.) Peningkatan Daya Saing: Perencanaan pajak yang optimal dapat membantu perusahaan mengurangi biaya operasional secara keseluruhan. Hal ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar dan berpotensi meningkatkan pangsa pasarnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. 4.) Peningkatan Reputasi: Perusahaan yang dikenal memiliki perencanaan pajak yang baik dan taat pajak dapat meningkatkan reputasi dan citra merkennya. Hal ini dapat menarik lebih banyak investor dan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

### Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak adalah upaya legal yang dilakukan oleh Wajib Pajak (WP) untuk mengoptimalkan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Fauziah et al., 2024; GS, 2018; Herman & Waluyo, 2021). Tujuan utama perencanaan pajak adalah meminimalkan beban pajak tanpa melanggar hukum. Beberapa tujuan perencanaan pajak yang sering disebutkan dalam literatur antara lain: 1.) Meminimalkan beban pajak: Mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar melalui pemanfaatan berbagai insentif dan fasilitas pajak yang disediakan oleh pemerintah. 2.) Meningkatkan efisiensi pajak: Mengelola kewajiban pajak secara efektif dan efisien untuk menghindari sanksi atau denda akibat keterlambatan atau kesalahan pelaporan. 3.) Mengoptimalkan arus kas: Mengatur waktu pembayaran pajak agar tidak mengganggu arus kas perusahaan dan memastikan ketersediaan dana untuk kegiatan operasional. 4.) Memperta-

hankan kepatuhan pajak: Memastikan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan yang berlaku untuk menghindari sengketa pajak dan menjaga reputasi perusahaan.

Terdapat berbagai strategi perencanaan pajak yang dapat dilakukan oleh WP, antara lain: 1.) Tax avoidance: Menghindari pajak secara legal dengan memanfaatkan celah atau kelemahan dalam peraturan perpajakan. 2.) Tax saving: Mengurangi beban pajak dengan memanfaatkan berbagai insentif dan fasilitas pajak yang disediakan oleh pemerintah, seperti pengurangan pajak, pembebasan pajak, atau kredit pajak. 3.) Tax deferral: Menunda pembayaran pajak ke masa yang akan datang untuk memanfaatkan nilai waktu dari uang. 4.) Tax shifting: Mengalihkan beban pajak dari satu WP ke WP lain yang memiliki tarif pajak lebih rendah. Perencanaan pajak harus dilakukan dengan memperhatikan aspek hukum dan etika. WP harus memastikan bahwa strategi perencanaan pajak yang dilakukan tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku dan tidak merugikan kepentingan negara.

### **Penetapan Harga Dalam Sudut Pandang Perencanaan Pajak**

Penetapan harga yang terkait dengan perencanaan pajak adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengoptimalkan kewajiban pajak mereka dengan cara mengatur harga transaksi antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Penetapan harga yang terkait dengan perencanaan pajak adalah masalah yang kompleks dan memerlukan pemahaman yang mendalam tentang peraturan perpajakan di berbagai negara. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk berkonsultasi dengan ahli pajak yang berpengalaman untuk memastikan bahwa strategi perencanaan pajak yang mereka lakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan tidak menimbulkan risiko hukum atau reputasi.

Perencanaan pajak dengan PPh 22 untuk mebel dapat dilakukan dengan beberapa strategi, namun perlu diingat bahwa PPh 22 bersifat tidak final. Artinya, pajak yang telah dipotong dapat dikreditkan saat pelaporan SPT Tahunan. Perusahaan dapat memanfaat-

kan fasilitas pembebasan PPh 22, dimana perusahaan mebel yang termasuk dalam kategori UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dengan omzet tidak melebihi Rp500 juta setahun, maka perusahaan dapat mengajukan Surat Keterangan Bebas (SKB) PPh 22 kepada Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Dengan SKB ini, WP tidak akan dikenakan PPh 22 atas penjualan produk mebel.

### **METODE**

Penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam suatu fenomena sosial atau masalah tertentu. Pendekatan ini menggunakan data kualitatif, seperti kata-kata, gambar, atau tindakan, untuk menggali makna dan interpretasi subjektif dari fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam yaitu tatap muka secara langsung untuk menggali informasi mendalam dari partisipan. Penelitian ini dilakukan pada PT. Basuki Lacasa yang mana Perusahaan ini bergerak di bidang industri mebel yang melakukan usaha dan bisnisnya dan aktif mengekspor produksinya. Adapun informan dalam penelitian ini adalah Roy Anugerah sebagai General Manager Perusahaan dan Dicky Basuki sebagai manajer marketing perusahaan.

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara secara mendalam, peneliti merangkum berbagai strategi yang telah dilakukan informan dalam rangka Upaya peningkatan nilai Perusahaan. Penerapan perencanaan pajak berdasar pada PPh 22 ditemukan bahwa berbagai strategi dapat dilakukan. Perencanaan pajak untuk PPh 22 dapat dilakukan dengan beberapa strategi, mengingat PPh 22 merupakan pajak yang dipotong oleh pihak lain (pembeli) atas transaksi tertentu. Berikut adalah beberapa strategi yang bisa diterapkan: 1.) Surat Keterangan Bebas (SKB) PPh 22: Jika perusahaan Anda termasuk dalam kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan omzet tidak melebihi Rp500 juta per tahun, Anda bisa mengajukan SKB PPh 22 ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP). Dengan SKB ini, transaksi

penjualan Anda tidak akan dikenakan pemotongan PPh 22. 2.) Diversifikasi pelanggan: Jika memungkinkan, diversifikasikan pelanggan Anda agar tidak terlalu bergantung pada pelanggan yang termasuk dalam kategori pemungut PPh 22. Selain itu Hasil dari wawancara dengan informan juga turut menggalikan berbagai sudut pandang strategi dan operasional PT. Basuki Lacasa yang telah dilakukan dan dipertahankan.

“Strategi perencanaan pajak yang dilakukan adalah memanfaatkan fasilitas pajak untuk mendukung ekspor mebel, seperti: Fasilitas Kemudahan Impor Tujuan Ekspor (KITE): Fasilitas ini memberikan pembebasan bea masuk dan tidak dipungut PPN atau PPnBM untuk bahan baku yang diimpor untuk diolah menjadi produk ekspor. Biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan fasilitas ini dapat dikurangkan sebagai biaya operasional perusahaan.”

Tax Holiday: Perusahaan yang melakukan investasi baru di sektor industri mebel dapat mengajukan fasilitas tax holiday, yaitu pembebasan pajak penghasilan (PPh) Badan untuk jangka waktu tertentu. Biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan fasilitas ini juga dapat dikurangkan sebagai biaya operasional. Tax Allowance: Jika perusahaan tidak memenuhi syarat untuk mendapatkan tax holiday, perusahaan masih dapat mengajukan tax allowance, yaitu pengurangan PPh Badan sebesar 30% dari nilai investasi selama 6 tahun. Biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan fasilitas ini dapat dikurangkan.

Biaya yang dikeluarkan untuk perencanaan pajak, seperti biaya konsultasi dengan konsultan pajak, biaya pelatihan karyawan terkait perpajakan, dan biaya lainnya yang terkait langsung dengan perencanaan pajak, dapat dikurangkan sebagai biaya operasional perusahaan. Penggunaan metode akuntansi yang tepat dapat membantu perusahaan dalam mengelola biaya perencanaan pajak.

“Misalnya, dengan menggunakan metode penyusutan yang dipercepat, pe-

rusahaan dapat mempercepat pengalangan biaya penyusutan aset yang digunakan dalam produksi mebel ekspor, sehingga dapat mengurangi beban pajak pada tahun-tahun awal.”

Strategi penetapan harga yang dilakukan merupakan faktor krusial dalam kesuksesan bisnis mebel di pasar internasional. Harga yang tepat dapat meningkatkan daya saing, memaksimalkan keuntungan, dan membangun citra merek yang kuat (Radic, 2024; Siqueira Junior et al., 2023). Cost-Plus Pricing: Strategi ini melibatkan penghitungan seluruh biaya produksi, termasuk bahan baku, tenaga kerja, overhead, dan biaya lainnya, kemudian menambahkan persentase markup yang diinginkan untuk mendapatkan harga jual (Sari, 2022). Metode ini sederhana dan mudah diterapkan, namun perlu diperhatikan bahwa harga jual harus tetap kompetitif di pasar global. Value-Based Pricing: Strategi ini berfokus pada nilai yang dirasakan pelanggan terhadap produk mebel. Harga ditentukan berdasarkan persepsi pelanggan tentang kualitas, desain, keunikan, dan manfaat produk (Priester et al., 2020).

“Strategi ini dapat menghasilkan margin keuntungan yang lebih tinggi, namun membutuhkan riset pasar yang mendalam untuk memahami nilai yang diberikan pelanggan pada produk, dan mebel yang diproduksi oleh PT. Basuki Lacasa berfokus pada ukiran etnik Indonesia sehingga nilai utamanya bertambah selain untuk penggunaan mebel itu sendiri namun nilai artistic yang dimiliki menjadi nilai tambah yang unik.”

Premium Pricing: Strategi ini melibatkan penetapan harga tinggi untuk menciptakan citra merek eksklusif dan berkualitas tinggi. Strategi ini cocok untuk produk mebel dengan desain unik, kualitas terbaik, dan target pasar kelas atas (Skorupińska et al., 2024).

“Strategi ini melibatkan penetapan

harga tinggi pada awal peluncuran produk untuk memaksimalkan keuntungan dari segmen pelanggan yang bersedia membayar lebih untuk produk baru dan inovatif. Hal ini menjadi peluang yang menguntungkan bagi Perusahaan PT. Basuki Lacasa sebab ciri khas mebel kayu jati yang kuat ditambah dengan ukiran khas Indonesia menjadi poin inovasi di pasar global.”

Menurut pandangan informan yang telah lama berkecimpung di dunia industri mebel, Ekspor mebel Indonesia pada tahun 2023 mengalami penurunan yang cukup signifikan, menurut informan:

“Beberapa faktor yang menyebabkan penurunan ini antara lain: 1.) Kondisi Geopolitik dan Inflasi di Negara Tujuan Ekspor. Perang Rusia-Ukraina dan ketegangan geopolitik lainnya telah menyebabkan ketidakstabilan ekonomi global, termasuk inflasi yang tinggi di negara-negara tujuan ekspor utama mebel Indonesia seperti Amerika Serikat dan Eropa. Hal ini menurunkan daya beli konsumen di negara-negara tersebut, sehingga permintaan terhadap mebel impor, termasuk dari Indonesia, juga menurun. 2.) Harga Produk Mebel Indonesia yang Kurang Kompetitif. Harga produk mebel Indonesia dianggap terlalu tinggi dibandingkan dengan produk serupa dari negara-negara pesaing seperti Malaysia, Vietnam, dan China. Hal ini membuat produk mebel Indonesia kurang menarik bagi pembeli internasional yang mencari produk dengan harga lebih terjangkau. 3.) Masalah Logistik dan Rantai Pasok. Masalah logistik dan rantai pasok global yang terganggu akibat pandemi COVID-19 dan konflik geopolitik juga turut mempengaruhi ekspor mebel Indonesia. Kenaikan biaya pengiriman dan keterlambatan pengiriman dapat mengurangi daya tarik produk mebel Indonesia di mata pembeli internasional.”

Secara umum, hal yang membebani

menurunnya daya Perusahaan mebel ekspor di kota Malang diakibatkan oleh beberapa masalah antara lain beberapa produk mebel mendapatkan pembebasan bea keluar, namun ada juga produk mebel yang dikenakan bea keluar dengan tarif tertentu. Tarif ini dapat bervariasi tergantung jenis produk dan negara tujuan ekspor. Bea keluar yang tinggi dapat meningkatkan biaya produksi dan mengurangi daya saing produk mebel Indonesia di pasar internasional. Selanjutnya, Proses pengurusan dokumen dan prosedur bea cukai juga memerlukan biaya, seperti biaya pembuatan dokumen, biaya pengurusan perizinan, dan biaya lainnya. Biaya-biaya ini dapat menjadi beban tambahan bagi perusahaan, terutama UKM yang memiliki sumber daya terbatas. Biaya bea cukai yang tinggi dapat mengurangi margin keuntungan perusahaan, terutama jika perusahaan tidak dapat menaikkan harga jual produknya. Biaya bea cukai yang tinggi dapat menjadi hambatan bagi perusahaan, terutama UKM, untuk melakukan ekspor. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan mengurangi kontribusi sektor mebel terhadap perekonomian nasional.

#### IMPLIKASI PENELITIAN

Implikasi dari teori strategi penetapan harga jual dan perencanaan pajak dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan dapat dilihat dari beberapa aspek penting. Berikut adalah beberapa implikasi utama: 1) Peningkatan Laba Bersih, 2) Keunggulan Kompetitif, 3) Optimasi Alokasi Sumber Daya, 4) Peningkatan Nilai Perusahaan, 5) Manajemen Risiko, 6) Pengelolaan Arus Kas, 7) Transparansi dan Kepatuhan. Dengan menerapkan teori strategi penetapan harga jual dan perencanaan pajak secara efektif, perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja keuangan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik Kesimpulan bahwa Perusahaan mebel dapat mempertahankan nilai perusahaannya pada aktivitas ekspor berdasarkan pada strategi perencanaan pajak. Perencanaan pajak

yang dilakukan adalah dengan Fasilitas Kemudahan Impor Tujuan Ekspor (KITE), Tax Holiday dan Tax Allowance, selain itu Perusahaan perlu melakukan pengelolaan operasional keuangan yang mempertimbangkan pengenaan PPh 22. Perencanaan pajak yang efektif merupakan aspek penting dalam strategi ekspor untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kewajiban pajak. PPh 22, atau Pajak Penghasilan Atas Penghasilan dari Usaha, merupakan salah satu pajak utama yang perlu dipertimbangkan dalam bisnis ekspor. Selanjutnya, strategi penetapan harga yaitu Cost-Plus Pricing, Value-Based Pricing, dan Premium Pricing menjadi pertimbangan penting bagi kesuksesan bisnis ekspor. Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan praktisi bagi Perusahaan yang turut melakukan ekspansi ekspor, dan sekaligus menjadi bahan pertimbangan pemerintahan untuk membantu industri di berbagai sektor guna meningkatkan ekspor dalam rangka meningkatkan pendapatan negara, menciptakan lapangan kerja, memperluas pasar, mendorong diversifikasi perekonomian, dan sekaligus meningkatkan hubungan internasional. Keterbatasan penelitian ini ditunjukkan pada obyek penelitian sektor mebel saja karena dikaitkan dengan kecenderungan penurunan penggiat usaha mebel di kota Malang, penelitian selanjutnya disarankan agar memperluas cakupan sektor industri yang melakukan ekspor sebagai studi perbandingan agar memperoleh temuan yang lebih variative, luas dan mendalam.

## REFERENCES

- Ezeoha, A., Akinyoade, A., Amobi, I., & others. (2022). Multinationals, capital export, and the inclusive development debate in developing countries: The Nigerian insight. *European Journal of Development Research*, 34(5), 2224–2250. <https://doi.org/10.1057/s41287-021-00500-2>.
- Fauziah, N. I., Farida, I., & Kustiawan, M. (2024). Implementation of tax planning at PT Mayora Indah. 07(01), 100–106.
- GS, A. D. (2018). Tax planning implementation on income tax, Article 23 as a legal effort to minimize tax expense payable. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.26737/jtmb.v4i1.483>.
- Hermawan, A., Kirom, N. R., & Sudarmiadin. (2022). E-commerce strategy for MSME innovation development in the new normal era. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences*, 3(1), 169–178.
- Herman, H., & Waluyo, W. (2021). The effect of tax planning aspects and tax awareness on UMKM taxpayer compliance (Study on SME tax mandatory in Karawaci area of Tangerang City). *Journal of Accounting and Finance Management*, 1(6), 302–310. <https://doi.org/10.38035/jafm.v1i3.40>.
- Lukason, O., & Vissak, T. (2020). Export behavior and corporate governance. *Review of International Business and Strategy*, 30(1), 43–76. <https://doi.org/10.1108/RIBS-07-2019-0097>.
- Moin, A., Guney, Y., & El Kalak, I. (2020). The effects of ownership structure, sub-optimal cash holdings, and investment inefficiency on dividend policy: Evidence from Indonesia. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 55(3), 721–749. <https://doi.org/10.1007/s11156-019-00862-z>.
- Mustika, N. (2022). Analisis akuntansi pajak penghasilan (PPh) Pasal 22 atas impor barang pada PT Indika Tirta Mandiri. *Jurnal Pajak & Bisnis*, 3(1), 35–50.
- Natalia. (2023). Analisis pengaruh kenaikan tarif PPN 11% di sektor perdagangan. In *MDP Student Conference 2023*.
- Prawoto, B., Doloksaribu, T. A., & Firdaus, R. (2023). Determinan sustainability dalam konsep keuangan ekonomi kreatif. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(7), 1939–1950.
- Priester, A., Robbert, T., & Roth, S. (2020). A special price just for you: Effects of personalized dynamic pricing on consumer fairness perceptions. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 19(2), 99–112. <https://doi.org/10.1057/s41272-019-00224-3>.
- Putri, R. D. A., Sahara, K., & Suaidah, I. (2023).

- Analisis pengaruh kenaikan tarif pajak penambahan nilai terhadap volume penjualan pada CV. Harko Jaya Offset. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 1 (4), 108–117. <https://doi.org/10.59841/excellence.v1i4.496>.
- Purkayastha, A., & Filatotchev, I. (2023). Foreign equity valuations of emerging market firms: The effects of institutional distance and information spillovers. *Management International Review*, 63(6). <https://doi.org/10.1007/s11575-023-00516-2>.
- Radic, D. (2024). Price fairness: Square equity and mean pricing. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 23(2), 96–102. <https://doi.org/10.1057/s41272-023-00418-w>.
- Reza, D., Ramadhani, D. K., Nisa, K., Mahfuzdhoh, N., & Fitri, V. (2023). Analisis penerimaan dan pengeluaran negara Indonesia tahun 2019-2021. *Journal of Economic Education*, 2(1), 1–15.
- Sari, V. W. (2022). Cost analysis and preparation of cost of production at UD. Umega Bean Bread Hj. Eliya Lubis “High Club City.” *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 10(3), 140–145.
- Siqueira Junior, J. R., ter Horst, E., Molina, G., Gunn, L. H., Reinoso-Carvalho, F., Sezen, B., & Peña-García, N. (2023). Branding in the eye of the storm: The impact of brand ethical behavior on brand commitment during the COVID-19 crisis in a South American country. *Journal of Marketing Analytics*, 11(1), 95–115. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00188-1>.
- Schoenmaker, D., & Schramade, W. (2023). Corporate finance for long-term value. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4468886>.
- Skorupińska, E., Hitka, M., & Sydor, M. (2024). Surveying quality management methodologies in wooden furniture production. *Systems*, 12(2), 1–17. <https://doi.org/10.3390/systems12020051>.
- Sloan, R. G., & Wang, A. Y. (2023). Predictable EPS growth and the performance of value investing. *Review of Accounting Studies*. <https://doi.org/10.1007/s11142-023-09812-6>.
- Wahyudin, A., & Salsabila, K. (2019). Firm size moderates the effect of free cash flow, firm growth, and profitability on debt policy. *JDA Jurnal Dinamika Akuntansi*, Volume 11(1), 89–97. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdaKhanasa>.