**ANALISIS PERBANDINGAN PENERAPAN
PAJAK E - COMMERCE DENGAN KONVENSIONAL**

Oleh:

Yohanes Baptista Husada (1960301100006)

Stefanus Tegar Kurniawan (1960301100050)

Desi Fatmawati (1960301200041)

Progam Studi Akuntansi

Universitas Tulungagung

2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan pajak *e-commerce* di Indonesia, faktor pendukung dari penerapan Pajak terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah Indonesia, serta kendala apa saja yang dialami dalam melakukan penerapan Pajak terhadap transaksi *e-commerce*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif sehingga dalam mengumpulkan data penulis melakukan metode observasi dan dokumentasi yang selanjutnya hasilnya akan dijabarkan sesuai dengan apa adanya saat pengumpulan data. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pajak terhadap transaksi *e-commerce* wajib dikenakan kepada para pedagang online mengingat peraturan perpajakan sudah jelas adanya dan pendapatan tertinggi negara didapatkan dari sektor perpajakan. Namun para pelaku bisnis *e-commerce* yang belum maksimal, sosialisasi yang belum dilakukan secara menyeluruh dan transaksi *e-commerce* yang sulit dideteksi wujud usahanya yang mendatangkan masalah tersendiri, yaitu sulitnya pemerintah menetapkan peraturan pajak yang jelas dan adil.

Kata Kunci: Pajak, Bisnis E-Commerce

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the application of e-commerce taxes in Indonesia, the supporting factors of the application of taxes on e-commerce transactions in the territory of Indonesia, as well as what obstacles are experienced in implementing taxation on e-commerce transactions. The method of data analysis in this study uses descriptive methods so that in collecting data the author uses the method of observation and documentation, then the results will be described according to what they were when data collection. The results of this study prove that the tax on e-commerce transactions is mandatory for online merchants considering that taxation regulations are clear and the highest state income is obtained from the taxation sector. However, e-commerce business actors who have not been maximized, socialization that has not been carried out

thoroughly and e-commerce transactions that are difficult to detect in the form of their business have caused their own problems, namely the difficulty of the government in establishing clear and fair tax regulations.

Keywords: Tax, E-Commerce Business

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu jenis pajak tidak langsung yang termasuk sebagai pajak konsumsi di dalam negeri, baik konsumsi barang maupun konsumsi jasa. Secara umum PPN merupakan pajak yang dikenakan atas nilai tambah dari suatu barang atau jasa setelah melalui proses produksi. Sehingga nilai tambah merupakan elemen utama yang digunakan sebagai dasar perhitungan PPN. Pertambahan nilai itu sendiri timbul karena digunakannya faktor-faktor produksi pada setiap jalur perusahaan dalam menyiapkan, menghasilkan, menyalurkan dan memperdagangkan barang atau pemberian pelayanan jasa kepada para konsumen.

Dalam era globalisasi yang terjadi saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin meningkat. Menurut data dari *Internet World Stats* per-tahun 2020, total pengguna internet mencapai 4,929 milyar orang. Internet memiliki manfaat salah satunya dalam bidang ekonomi. Dengan adanya perkembangan teknologi, internet dapat merubah proses transaksi jual beli dari transaksi penjualan konvensional kepada penjualan secara *online*.

Berdasarkan hasil survey Pengguna Digital Indonesia total populasi adalah sebesar 271 juta dimana pengguna internet mencapai 175,4 juta serta pengguna aktif media sosial sebesar 160 juta. Jumlah total penggunaan media sosial mencapai 175,4 juta diatas pastilah meningkat pula penggunaan internet untuk melakukan transaksi perbelanjaan atau e-commerce (We Are Social & Hootsuite's Digital, 2020). Dilansir dari Data Reportal, aktivitas e-commerce di Indonesia cukup tinggi, yaitu 93% melakukan pencarian barang atau jasa, 90% mengunjungi *took online* melalui website, 88% membeli produk lewat transaksi online, 25%

melakukan transaksi melalui laptop atau desktop (computer), dan 80% melakukan transaksi pembelian online melalui gadget atau Handprone.

Gambar 1.1

Dengan adanya bukti terhadap peningkatan dalam transaksi *E-Commerce*, maka negara berpotensi mendapat tambahan penerimaan dari bisnis *e-commerce* tersebut, kemudian proses transaksi yang dilakukan di penjualan *online* tergolong sederhana. Ditunjang dengan biaya operasional yang dikeluarkan lebih rendah dari pedagang konvensional pada umumnya serta menghasilkan omset yang lebih besar dari omset yang dihasilkan dari pedagang konvensional mengakibatkan perlunya pengadaan pemenuhan kewajiban perpajakan. Namun hal tersebut sangatlah tidak mudah bagi pemerintah untuk menentukan atau melaksanakan aturan kepada para pelaku bisnis online. Sebagian besar dari mereka menyatakan bahwa bisnis onlinenya tidak berbadan hukum seperti PT dan CV sehingga banyak yang menolak untuk membayar pajak.

Dengan demikian perlu ada ketegasan kembali dari pemerintah, agar semua kalangan para pelaku bisnis online baik yang skala besar maupun kecil dapat melaksanakan kewajibannya sebagai wajib pajak. Seperti yang telah diatur sebelumnya oleh pemerintah dalam dalam surat Direktur Jendral Pajak nomor S-

702/PJ.332/2006, tentang legalitas dokumen dari transaksi e-commerce dan Surat Edaran No 62 Tahun 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce. Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak disusun dalam rangka mewujudkan keseragaman dalam memahami aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce*, yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce* sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (Sari, 2018a).

Perdagangan *online (e-commerce)* juga sama dengan perdagangan secara konvensional, yakni berpotensi untuk dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sedangkan untuk barang yang diperdagangkan dan Pajak Penghasilan (PPh) terhadap penghasilan yang diperoleh sebagai hasil dari perdagangan online itu sendiri. Sebagaimana diatur dalam pasal 4 ayat 1 Undang-Undang Pajak Penghasilan, objek dari pajak penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis. Penghasilan dari transaksi perdagangan online merupakan penghasilan yang jumlah keuntungannya wajar untuk dikenakan pajak penghasilan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat kita ketahui dari latar belakang diatas adalah:

1. Bagaimana gambaran umum Penerapan Pajak dalam transaksi *E-Commerce* di Indonesia.
2. Faktor – faktor pendukung dalam Penerapan Pajak dalam transaksi *E-Commerce* di Indonesia.
3. Kendala dalam Penerapan Pajak dalam transaksi *E-Commerce* di Indonesia

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana gambaran umum dalam Penerapan Pajak terhadap transaksi *E-Commerce*.
2. Mengetahui factor – faktor pendukung dalam Penerapan Pajak terhadap transaksi *E-Commerce*.
3. Mengetahui kendala dalam Penerapan Pajak terhadap transaksi *E-Commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah mengetahui segala gambaran secara penuh Mengetahui perbandingan penerapan pajak *E-Commerce* dengan konvensional serta memahami secara penuh tentang peraturan perundang-undangan dalam melakukan kegiatan *E-Commerce*.

LANDASAN TEORI

Pajak adalah gejala masyarakat, artinya pajak hanya ada di dalam masyarakat (RGM. Prabowo, 2019). Masyarakat adalah kumpulan manusia yang pada suatu waktu berkumpul untuk tujuan tertentu. Negara adalah masyarakat yang mempunyai tujuan tertentu. Kelangsungan hidup negara juga berarti kelangsungan hidup masyarakat dan kepentingan masyarakat.

Pajak Pertambahan Nilai (Desanly, 2013) adalah Pajak yang dikenakan atas konsumsi Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean. Orang pribadi, perusahaan, maupun pemerintah yang mengkonsumsi Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak dikenakan PPN.

Maka dapat di simpulkan bahwa pajak merupakan sebuah bentuk dari kemandirian suatu negara atau bangsa dalam pembiayaan pembangunan perihal menggali sumber pendapatan atau dana yang berasal dari bangsa atau negara itu sendiri berupa pajak yang di kumpulkan guna memenuhi tujuan tertentu serta kelangsungan hidup suatu bangsa atau negara itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada mini riset ini menggunakan metode deskriptif. Dimana metode ini merupakan suatu metode penelitian yang menggambarkan fenomena yang ada. Penelitian ini dilakukan dengan membaca dan menelaah bagian dari literatur yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data Penelitian Lapangan (File Research), Penelitian Kepustakaan (Library Research) dan Riset Internet (Online Research). Subjek penelitian ini adalah salah satu E-Commerce dan salah satu perusahaan konvensional, sedangkan

yang menjadi obyek pada penelitian ini yaitu data mengenai perbandingan penerapan system pajak pada E-commerce dengan pajak konvensional dengan melihat ketentuan, apa pajak itu sendiri, skema yang diterapkan dalam perpajakan, pendukung dalam penerapan pajak e-commerce, serta penghambat dalam penerapan pajak pada E-commerce.

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penerapan Pajak dalam Transaksi *E-Commerce* di Indonesia

Pajak memiliki subjek hukum selaku pendukung kewajiban dan hak. Hukum pajak bukan subjek pajak sebagai pendukung hak dan kewajiban melainkan adalah wajib pajak (Zulvina et al., 2017). Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungutan atau pemotongan pajak tertentu (Undang-undang Nomor 28 tahun 2007 tentang KUP, 2007). Pada hakikatnya, wajib pajak tidak boleh terlepas dari konteks perorangan agar tidak lepas dari kedudukannya sebagai orang pribadi. Badan sebagai wajib pajak dapat berupa badan hukum, dan badan yang berstatus badan hukum, baik yang tunduk pada hukum privat maupun yang tunduk pada hukum publik. Sehubungan dengan semakin berkembangnya transaksi perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik, yang selanjutnya disebut E- Commerce, perlu ada penegasan khusus terkait pemungutan pajak baik

PPH maupun PPN atas transaksi E-Commerce tersebut. Ditegaskan dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor Se-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce. Dan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor Se-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi E-Commerce (Sari, 2018b)

Dalam aturan ini disebutkan terdapat 4 model E-Commerce yang akan dikenakan Pajak Pertambahan Nilai 10%, yaitu :

1. Online Marketplace, Jenis model bisnis ini menyediakan tempat kegiatan usaha seperti Mall Online sebagai tempat menjual barang dan jasa, artinya penyedia Online Marketplace hanya menyediakan tempat berjualan dan bukan merupakan pemilik dari barang dan jasa yang ada secara online.
2. Classified Ads, Model bisnis E-Commerce ini yang paling sederhana dan banyak digunakan di negara-negara berkembang. Classified Ads menyediakan tempat bagi pengiklan untuk memasang iklannya secara online.
3. Daily Deals, Model bisnis ini merupakan kegiatan usaha berupa situs Daily Deals sebagai tempat Daily Deals Merchant menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan voucher sebagai sarana pembayaran.
4. Online Retail, Model Bisnis ini adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara Online Retail kepada pembeli di situsnya.¹⁰

Berdasarkan hal tersebut, pelaku transaksi E-Commerce dapat dikategorikan sebagai subjek pajak yang berkewajiban untuk membayar pajak kepada negara. Subjek pajak akan dikenakan pajak apabila menerima atau memperoleh penghasilan. Dasar hukum dari Pajak Penghasilan adalah Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Dalam Undang-undang ini diatur mengenai pengenaan pajak terhadap subjek pajak berkenaan dengan penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam tahun pajak (Arimbhi et al., 2019).

Pajak yang dapat dikenakan terhadap transaksi E-Commerce adalah Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Dikarenakan belum ada aturan yang

secara khusus mengatur mengenai perlakuan PPH atas Pengusaha E-Commerce sehingga pada dasarnya disamakan dengan toko konvensional. Berdasarkan PP Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu yang telah direvisi menjadi PP Nomor 23 Tahun 2018, pengusaha E-Commerce dengan penghasilan/omset bruto yang tidak melebihi 4,8 Miliar Rupiah dikenakan pajak sama dengan UMKM, yaitu 0,5% dari omset. Sedangkan Bagi pelaku usaha E-Commerce yang omsetnya mencapai Rp 4,8 Miliar per tahun atau melebihi itu, dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (Darmawati & Oktaviani, 2018).

4.2 Faktor dalam Mendukung Penerapan Pajak E-Commerce

4.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Pesatnya Perkembangan E-Commerce Di Indonesia.

Berdasarkan SIRCLO Connexi in report, pada tahun 2019 nilai kapitalisasi pasar e-commerce di Indonesia mencapai USD 21 miliar atau sekitar Rp 294 triliun. Industri e-commerce di Indonesia diprediksi akan mencapai nilai USD 40 miliar pada tahun 2022. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan e-commerce di Indonesia (McKinsey, 2019).

1) Pertumbuhan kelas menengah di Indonesia yang cukup pesat, yakni sebesar 21% dari total populasi atau sebanyak 57,3 juta orang pada tahun 2019. Hal ini juga terlihat dengan meningkatnya jumlah pengeluaran masyarakat untuk belanja barang konsumen secara online sebesar 23% pada tahun 2018 dibanding dengan tahun 2017.

2) Tingkat penetrasi internet dan pengguna perangkat mobile yang terus meningkat, memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses berbagai platform belanja online, mulai dari website toko online, aplikasi marketplace, media sosial, dan banyak lagi.

3) Semakin banyaknya jumlah perusahaan teknologi finansial sehingga memungkinkan metode pembayaran yang beragam. Menurut data Google pada Juli 2018, sekitar 66% masyarakat Indonesia tidak memiliki rekening bank. Dengan munculnya berbagai aplikasi dan fitur pembayaran serta dompet online melalui smartphone, masyarakat semakin dimudahkan untuk melakukan transaksi online.

4) Banyak investor asing yang tertarik untuk berinvestasi di perusahaan teknologi e-commerce. Tokopedia misalnya, menerima investasi senilai USD 1,1 miliar dari Alibaba pada tahun 2017 yang akhirnya membuat Tokopedia menjadi perusahaan unicorn.

Data empat e-commerce menyatakan per September 2020, total nominal transaksi di empat e-commerce itu mencapai Rp 22,05 triliun. Nilai itu tumbuh 13,3% year on year (yoy) dari periode yang sama tahun lalu Rp 19,46 triliun (sumber: Bank Indonesia, keuangan.kontan.co.id). Dengan adanya bukti terhadap peningkatan dalam transaksi E-Commerce, banyak pihak yang mulai menyadari pentingnya sebuah kebijakan dan informasi yang menyeluruh agar industri ini dapat tumbuh berkembang. Kemudian proses transaksi yang dilakukan di penjualan online tergolong sederhana, ditunjang dengan biaya operasional yang dikeluarkan lebih rendah dari pedagang konvensional pada umumnya serta menghasilkan omset yang lebih besar dari omset yang dihasilkan dari pedagang konvensional mengakibatkan perlunya pengadaan pemenuhan kewajiban perpajakan.

Pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi e-commerce telah dipungut sesuai aturan yang berlaku (Surat Edaran No. 63, 2013). Sehingga pedagang yang berjualan secara konvensional ataupun melalui e-commerce sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakannya. Selain itu, konsumen yang berbelanja melalui pedagang konvensional ataupun e-commerce juga dikenakan pajak yang sama. Tidak ada perbedaan tarif pajak yang dikenakan atas transaksi melalui ecommerce dengan transaksi melalui cara konvensional. Hal ini berarti Surat Edaran tersebut hanya

menegaskan ketentuan yang sudah ada, seperti Undang-Undang PPN, Undang-Undang KUP, dan Undang-Undang PPh.

4.2.2 Sistem pelaksanaan Pajak terhadap transaksi *E-Commerce*

Penjual di situs E-Commerce jika penghasilannya sudah melebihi 4,8 Milyar maka penjual tersebut wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dan selain membayar PPh Final, pengusaha tersebut juga membayar PPN (Anggia, 2018).

Sistem pelaksanaan pajak dalam transaksi e-commerce berbeda-beda, hal ini akan di jelaskan lebih rinci pada penjelasan sebagai berikut:

1. Online Marketplace

Dari gambar skema online marketplace seperti diatas, dapat dilihat dalam sistem pelaksanaan pajak e-commerce terhadap transaksi online marketplace terdapat 3 proses bisnis yang akan dikenakan pajak yaitu pada saat jasa penyediaan tempat dan/atau waktu, penjualan barang dan/atau jasa, penyetoran hasil penjualan kepada online marketplace merchant oleh penyelenggara online marketplace. Sedangkan pajak yang akan dikenakan terdapat 2 objek pajak yakni Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai.

Prosedur peneraapan pajak terhadap transasksi e-commerce yang diterapkan di Indonesia dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut (Surat Edaran No. 63, 2013):

1. Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan atau Waktu

1. Online Marketplace Merchant melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara Online Marketplace.
2. Penyelenggara Online Marketplace melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan invoice atas Monthly Fixed Fee.
3. Online Marketplace Merchant melakukan pembayaran atas Monthly Fixed Fee melalui rekening Penyelenggara Online Marketplace.
4. Penyelenggara Online Marketplace menyediakan tempat dan/atau waktu kepada Online Marketplace Merchant untuk memajang content (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di Toko Internet melalui Mal Internet.

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan di Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu didapat dari penghasilan yang diterima penyelenggara online marketplace sebagai penyedia tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu dikenakan pada saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Jasa atau Barang tersebut.

1. Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa

1. Online Marketplace Merchant menawarkan barang dan/atau jasa yang akan dijual dengan mengunggah data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual di Toko Internet melalui Mal Internet.

2. Penyelenggara Online Marketplace melakukan verifikasi dan menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual di Toko Internet melalui Mal Internet.

3. Pembeli melakukan pemesanan di Toko Internet melalui Mal Internet.

Untuk memesan barang dan/atau jasa di Mal Internet, beberapa Penyelenggara Online Marketplace mensyaratkan Pembeli untuk mendaftarkan diri.

4. Penyelenggara Online Marketplace mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli di Toko Internet melalui Mal Internet (contohnya jenis barang, harga barang, jumlah barang, metode pembayaran, mekanisme pengiriman, dan biaya-biaya terkait lainnya).

5. Pembeli melakukan pembayaran melalui Escrow Account yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara Online Marketplace.

6. Penyelenggara Online Marketplace di Toko Internet melalui Mal Internet menyampaikan notifikasi kepada Online Marketplace Merchant untuk melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli.

7. Online Marketplace Merchant melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli, baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman.

8. Selanjutnya, Online Marketplace Merchant juga mengirimkan notifikasi kepada Penyelenggara Online Marketplace untuk memberitahu bahwa Online Marketplace Merchant telah melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli.

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan di Penjualan Barang dan/atau Jasa didapat dari penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di penjualan Barang dan/atau Jasa dikenakan pada saat penyerahan BKP dan/atau JKP. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Online Marketplace Merchant karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut.

2. Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Online Marketplace Merchant Oleh Penyelenggara Online Marketplace

1. Penyelenggara Online Marketplace menyetor hasil penjualan kepada Online Marketplace Merchant melalui rekening yang telah ditetapkan oleh Online Marketplace Merchant.
2. Jumlah yang disetor oleh Penyelenggara Online Marketplace kepada Online Marketplace Merchant adalah sebesar nilai transaksi dikurangi dengan per Sale Fee, Point Fee, serta tagihan lainnya.
3. Periode penyetoran hasil penjualan oleh Penyelenggara Online Marketplace kepada Online Marketplace Merchant adalah sesuai dengan isi Perjanjian.

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan di Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Online Marketplace Merchant Oleh Penyelenggara Online Marketplace didapat dari penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Online Marketplace Merchant Oleh Penyelenggara Online Marketplace dikenakan pada saat Penyerahan jasa perantara pembayaran. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara Online Marketplace karena penyerahan JKP tersebut.

Platform penjualannya, 5 marketplace terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pengunjung bulanannya di kuartal kedua tahun 2020 adalah Shopee (93, 4

juta), Tokopedia (86,1 juta), Bukalapak (35,2 juta), Lazada (22 juta), dan Blibli (18,3 juta) (Sirclo.com, 2020). Berdasarkan beberapa data diatas, hal-hal tersebut sangat memungkinkan dapat menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar e-commerce yang potensial disamping keadaan pasar konvensional yang sedikit demi sedikit menurun. Perdagangan melalui e-commerce telah mampu menjadikan model bisnis jauh lebih efisien dibandingkan dengan perdagangan konvensional. Di sisi lain, data Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) menunjukkan adanya pergeseran pola belanja masyarakat yang beralih pada produk-produk e-commerce. Sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi, pelayanan publik yang sama menjadi hak bagi setiap warga negara, namun di sisi lain setiap warga negara juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi membangun negara melalui pajak.

4.2 Faktor yang Menghambat dalam Penerapan E-Commerce

1. Transaksi E-Commerce yang Sulit di Deteksi Wujud Usahanya

Bisnis e-commerce memiliki karakter khusus yakni proses transaksi yang ada haruslah dilakukan dengan cepat dan praktis menggunakan internet. Karakteristik inilah yang berbeda dengan perdagangan konvensional lainnya karena ternyata hal ini mendatangkan masalah tersendiri, yaitu sulitnya pemerintah menetapkan peraturan pajak yang jelas dan adil. Permasalahan kedua adalah upaya bagaimana caranya mendeteksi transaksi barang berbentuk digital agar bisa dikenakan penerapan kepatuhan perpajakannya, terutama proses transaksi barang digital yang terjadi lintas Negara. Besar kemungkinan adanya potensi pajak yang hilang tersebut tidak dapat diketahui oleh otoritas pajak di kedua Negara asal penjual dan pembeli.

2. Kesadaran serta Pemahaman Perpajakan Wajib Pajak yang belum maksimal

Perpajakan di Indonesia menganut sistem self assessment. Wajib pajak (WP) diberi kepercayaan dan tanggung jawab sepenuhnya untuk menghitung, menyeter, dan melaporkan secara teratur kewajiban perpajakannya kepada kantor pelayanan pajak atau KPP (Riani & Indri, 2019). Sebagaimana

diamanatkan oleh konstitusi, pelayanan publik yang sama menjadi hak bagi setiap warga negara, namun di sisi lain setiap warga negara juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi membangun negara melalui pajak. Pajak terhadap transaksi E-Commerce dinilai memiliki peran yang sangat penting dalam kepentingan suatu negara.

3. Sosialisasi belum dilakukan secara menyeluruh

Kesadaran dan Pemahaman dari para Wajib Pajak berbanding lurus dengan sosialisasi yang belum dilakukan secara menyeluruh oleh Fiskus. Sosialisasi mengenai Pajak terhadap transaksi E-Commerce sudah pernah dilakukan pada saat awal keluarnya Surat Edaran No 62 tahun 2013. Namun, pertumbuhan pelaku bisnis yang makin pesat, dirasa sangat diperlukan untuk sosialisasi kembali, beberapa Wajib Pajak yang sempat menjadi informan pun mengaskan bahwasannya mereka belum pernah mendapatkan sosialisasi terkait Pajak atas transaksi E-Commerce, dan mereka menginginkan sosialisasi tersebut agar dapat memahami perpajakan terutama pada perpajakan terhadap transaksi e-commerce, mengingat tidak semua pembisnis memiliki latar belakang pendidikan dari lulusan ekonomi (Linggo Saputro dalam tulisan Anggia, 2018). Menurut para wajib pajak, secara umum pelaku usaha menyatakan mereka siap membantu pemerintah, asalkan mereka pun mendapatkan edukasi terkait pajak terhadap transaksi e-commerce.

E-Commerce merupakan salah satu dari subjek pajak yang mempunyai kewajiban untuk membayar pajak tanpa terkecuali. Seharusnya dengan berkembangnya bisnis E-Commerce di Indonesia membuat peningkatan pendapatan negara juga karena pajak yang diterima negara lebih besar, tetapi kenyataannya penerimaan negara dari pajak masih jauh dari target. Hal ini menimbulkan kemungkinan bahwa wajib pajak banyak yang tidak melaporkan kewajibannya dan ada pula wajib pajak yang melapor tetapi pajak yang disetor tidak sesuai dengan ketentuan pajak yang berlaku. Selain itu faktor penghambat lainnya adalah karena transaksi melalui E-Commerce mampu menembus batas geografis antar negara, selain itu bentuk barang

atau jasa yang diperjualbelikan dapat berbentuk digital seperti perangkat lunak komputer, musik, majalah dan lain-lain. Sehingga transaksi fisik tidak diperlukan lagi dan diganti dengan perpindahan secara digital saja. Transaksi E-Commerce di seluruh dunia terjadi dengan begitu cepat dalam waktu yang singkat. Sehingga dalam pengenaan pajak Transaksi E-Commerce diperlukan aturan khusus yang dapat menangkap potensi perpajakan berdasarkan kondisi-kondisi tersebut.

Belum terdatanya pelaku usaha online juga mengakibatkan pemungutan pajak dari sektor online menjadi tidak optimal. Karena kebenaran database sangat menentukan untuk menguji kebenaran pembayaran pajak dengan sistem Self-Assessment. Ketidakefektifan pengenaan pajak pelaku usaha online tersebut sangat disayangkan mengingat potensi pajak yang bisa didapatkan sangat besar dan belum dapat terjamah secara khusus oleh sistem perpajakan karena lemahnya upaya dalam menjaring potensi ini. Hal ini dapat disebabkan juga oleh tempat penjualan yang tidak jelas dan nyata, sehingga sulit mendeteksi kebenaran dari keberadaan suatu pelaku usaha online tersebut. Kesadaran pelaku usaha online selaku wajib pajak juga masih rendah sehingga hal ini menimbulkan celah yang mengakibatkan berkurangnya penerimaan kas negara. Pelaku usaha online selaku wajib pajak juga seharusnya diwajibkan untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sebagai sarana dalam administrasi perpajakan, yang berguna sebagai tanda pengenal diri atau identitas wajib pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya yang dicantumkan dalam setiap dokumen perpajakan dan dapat menjaga ketertiban dalam pembayaran pajak dan pengawasan administrasi perpajakan. Ada beberapa solusi yang dapat dilakukan guna mengurangi faktor-faktor penghambat dalam pengenaan Pajak Penghasilan maupun Pajak Pertambahan Nilai dalam pelaku usaha online.

Pemungutan pajak di Indonesia menggunakan Sistem Self- Assesment dimana wajib pajak sendiri yang menghitung dan menilai pemenuhan kewajiban perpajakannya (RGM, Prabowo, 2019). Hal ini menimbulkan ketidakefektifan pemungutan pajak penghasilan yang adil bagi setiap pihak di Indonesia. Seharusnya pemerintah membuat aturan yang secara khusus mengatur mengenai pengenaan pajak baik Pajak Penghasilan maupun Pajak Pertambahan Nilai bagi transaksi E-Commerce dan juga bagi transaksi secara konvensional, sehingga keadilan bagi seluruh masyarakat Indonesia dapat tercipta. Faktor Penegak hukum juga memegang peranan penting dalam hal ini. Penegak hukum harus tegas dan melakukan pengawasan secara berkala sehingga tidak ada celah bagi wajib pajak untuk lalai dalam kewajibannya membayar pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan di Indonesia. Pengawasan terhadap pemerintah pun sebaiknya ditingkatkan sehingga dapat mengurangi potensi timbulnya penyalahgunaan dari pajak yang telah dikumpulkan.

Masyarakat sebagai wajib pajak sebaiknya diberikan edukasi mengenai pentingnya membayar pajak bagi suatu negara dan diberi arahan yang baik dan benar mengenai tata cara membayar pajak, sehingga diharapkan masyarakat dapat sadar dan membayar pajak tepat waktu serta sesuai dengan ketentuan perpajakan. Sehingga sistem self assesment di Indonesia dapat berjalan dengan efektif. Pemerintah pun sebaiknya tetap terbuka dan dapat memberikan manfaat yang sebanding terhadap pembangunan negara dan jika memungkinkan dapat mewajibkan tiap pelaku usaha online untuk memiliki Izin Usaha online dan didaftarkan sehingga dapat memudahkan dalam pengawasan serta pengenaan pajak terhadap pelaku E-Commerce di Indonesia.

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pajak yang dapat dikenakan terhadap transaksi E-Commerce adalah Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Dikarenakan belum ada aturan yang secara khusus mengatur mengenai perlakuan PPH atasn Pengusaha E-Commerce sehingga pada dasarnya disamakan dengan toko konvensional. Berdasarkan PP Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu yang telah direvisi menjadi PP Nomor 23 Tahun 2018, pengusaha E-Commerce dengan penghasilan/omset bruto yang tidak melebihi 4,8 Miliar Rupiah dikenakan pajak sama dengan UMKM, yaitu 0,5% dari omset. Sedangkan Bagi pelaku usaha E-Commerce yang omsetnya mencapai Rp 4,8 Miliar per tahun atau melebihi itu, dikenakan Pajak Pertambahan Nilai.
2. Berdasarkan beberapa data Platform penjualannya, 5 marketplace terbesar di Indonesia, hal-hal yang memungkinkan dapat menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar e-commerce yang potensial disamping keadaan pasar konvensional yang sedikit-demi sedikit menurun. Perdagangan melalui e-commerce telah mampu menjadikan model bisnis jauh lebih efisien dibandingkan dengan perdagangan konvensional. Adanya pergeseran pola belanja masyarakat yang beralih pada produk-produk e-commerce. Pelayanan publik yang sama menjadi hak bagi setiap warga negara, namun di sisi lain setiap warga negara juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi membangun negara melalui pajak
3. Faktor yang Menghambat dalam Penerapan E-Commerce
 - a. Transaksi E-Commerce yang Sulit di Deteksi Wujud Usahanya
 - b. Kesadaran serta Pemahaman Perpajakan Wajib Pajak yang belum maksimal
 - c. Sosialisasi belum dilakukan secara menyeluruh

Ketidakefektifan pengenaan pajak pelaku usaha online tersebut sangat disayangkan mengingat potensi pajak yang bisa didapatkan sangat besar dan belum dapat terjamah secara khusus oleh sistem perpajakan karena lemahnya upaya dalam menjaring potensi.

5.1 Saran

1. Pemerintah perlu lebih sering untuk mengadakan sosialisasi terhadap wajib pajak khususnya bidang E-Commerce mengenai pentingnya membayar pajak sesuai peraturan perpajakan di Indonesia
2. Dirjen Pajak perlu untuk lebih meningkatkan upaya pendataan terhadap E-Commerce, sehingga pelaku usaha online dapat tercatat secara jelas, yang berakibat dapat terjangkaunya potensi pajak yang sangat besar dari usaha-usaha online yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Amiruddin dan Zainal Asikin. 2004, Pengantar Metodologi Penelitian Hukum, Cetakan kedelapan, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Finanto, 2019, “Potensi Perpajakan Terhadap Transaksi E- Commerce Di Indonesia”, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Udayana.

Yustika, Angiia, 2018, “Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce”, Skripsi Fakultas Ekonomi universitas Islam Indonesia.

Arimbhi, P., Susanto, I., & Ghany, S. K. (2019). Proses Bisnis Dan Aspek Pemungutan Pajak Atas Transaksi E-Commerce Dalam Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Reformasi Administrasi*.

Darmawati, D., & Oktaviani, A. A. (2018). Pengaruh Penerapan Akuntansi UMKM Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM e-Commerce. *Seminar Nasional Cendekiawan*, 4, 919–925.

Desanly, S. (2013). EVALUASI PENERAPAN AKUNTANSI PAJAK PERTAMBAHAN NILAI PADA PT. METRO BATAVIA. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
<https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1644>

Gesah, R., & Prabowo, M. (2019). MEKANISME PPN DAN PPnBM: Rachmad Gesah Mukti Prabowo. *INA-Rxiv Paper*.

- Lomanto, C. N., & Mangoting, Y. (2013). Perlakuan PPN atas Transaksi E-Commerce. *Tax & Accounting Review*.
- Riani, & Indri. (2019). Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak, Ekstensifikasi Pajak, Pemeriksaan Pajak, dan Penagihan Pajak terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Badan. *SKRIPSI Jurusan Akuntansi - Fakultas Ekonomi UM*.
- Sari, R. P. (2018a). Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce. *AKUNTABEL*. <https://doi.org/10.29264/jakt.v15i1.2889>
- Sari, R. P. (2018b). Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce. *AKUNTABEL*. <https://doi.org/10.29264/jakt.v0i0.2889>
- Sitorus, R. R., & Kopong, Y. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Jumlah Pajak Yang Disetor Dengan Kepatuhan Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Media Akuntansi Perpajakan*.
- Tuwo, V. (2016). PENGARUH SIKAP DAN KESADARAN WAJIB PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK BUMI DAN BANGUNAN DI KELURAHAN TARA-TARA KOTA TOMOHON. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Undang-undang Nomor 28 tahun 2007 tentang KUP. (2007). Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. *Menteri Hukum Dan Hak Azasi Manusia*.
- Zulvina, S., Ariwibowo, I., & Bandiyono, A. (2017). Pengantar Hukum Pajak. In *Politeknik Keuangan Negara STAN*.

1. Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan

- Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah.
- Surat Edaran Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-Commerce.
- Surat Edaran Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi E- Commerce.

3. Internet

- Agus Sahbani, 2018, “Pemerintah Finalisasi Aturan Pajak E-Commerce”, URL: <https://www.hukumonline.com/berita/baca/1t5a61d5ce22d72/pemerintah-finalisasi-aturan-pajak-e-commerce> , diakses pada tanggal 8 Januari 2020
- <https://www.sirclo.com/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>, diakses pada tanggal 8 Januari 2020