

ANALISIS PENERAPAN PAJAK ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE

Muhammad Hamdan ¹ Isnani Yuli Andini²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja

Jl. Raya Pamekasan - Sumenep No.KM. 05, Panitian Utara, Patean, Kec.

Batuan, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur

Hamdania0590@gmail.com

lia@wiraraja.ac.id

ABSTRAK

This study aims to find out the general description, supporting factors and constraints of the application of taxes on e-commerce transactions in Indonesia. The method of data analysis in this study is to use a descriptive method. So the authors use the method of observation, interviews and documentation in collecting the data manually itself.

And the results obtained in this study are that the perpetrators of E-Commerce transactions can also be categorized as tax subjects who have an obligation to pay taxes to the state. And there are several supporting factors in the application of taxes to e-commerce transactions, namely for the tax authorities: Data and information for taxpayers, then for taxpayers: Provision of facilities (infrastructure) for taxpayers in carrying out tax obligations, Expanding business in the field of e-commerce, and sales strategy. Apart from the supporting factors, of course there are also some obstacles experienced by the tax authorities, namely: There are still many e-commerce players who do not have a TIN, and the emergence of non-legal applications. And for taxpayers are: Lack of socialization, Little knowledge about taxes, Lack of awareness about tax developments, Fear of taxes.

Kata kunci: E-Commerce taxes, taxpayers, tax authorities

1. PENDAHULUAN

Pajak e-commerce adalah salah satu peraturan perpajakan yang dikeluarkan oleh DJP. Dan pajak sendiri adalah salah satu pemasukan terbesar negara ini. Dalam era globalisasi saat ini sangat memungkinkan terjadinya banyak sekali transaksi e-commerce, apalagi dari perkembangan zaman saat ini yang memang makin ke belakang akan makin maju. Di mana dulu ketika kita ingin membeli barang pertama kita harus pergi atau menghampiri toko yang barangnya ingin kita beli, namun pada masa ini kita tidak perlu repot-repot pergi lagi ke toko untuk membeli barang yang kita inginkan, karena efek dari perkembangan zaman itulah yang mengakibatkan adanya E-commerce atau bisa di bilang penjualan online. Namun dengan adanya E-commerce tidak hanya memunculkan sisi positifnya saja, melainkan sisi negatifnya juga. Di mana penipuan juga semakin marak di E-commerce Indonesia. Tapi saat ini dengan adanya online marketplace bisa mengurangi kasus penipuan tersebut dan menjadikan orang lebih percaya terhadap e-commerce. Dikutip dari Cindy Mutia Annur, 23 Maret 2022, 16.30 WIB. Menurut laporan We Are Social, pengguna internet di Indonesia meningkat 1,03% dibanding pada Januari 2021. Dan sudah tercatat pengguna internet di Indonesia melonjak sebesar 54,25% dibandingkan pada tahun 2018. Dengan meningkatnya pengguna internet menjadikan peningkatan pasar pada pasar online juga bertambah.

Dengan majunya perkembangan teknologi, internet bisa merubah arus proses transaksi jual beli yang bermula dari transaksi penjualan konvensional menuju transaksi penjualan secara online. Dan dengan adanya penjualan online inilah yang menjadikan DPJ mengeluarkan peraturan tentang pajak E-commerce.

Bisnis e-commerce di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam bidang perdagangan E-commerce bukan hanya tumbuh sangat pesat di Indonesia, namun juga ekosistem yang menyertainya akan meningkat pesat. Dan juga karena pengguna internet di Indonesia sendiri yang terus meningkat mengakibatkan meningkatnya peminat E-commerce. Karena akibat dari modernisasi dan juga efek pandemi yang mengharuskan segala kegiatan menjadi digital. Dan salah satu bisnis yang meningkat pada masa saat ini adalah e-commerce, salah satu kegiatan yang tak membutuhkan modal terlalu banyak namun tetap mendapatkan laba yang sepadan. Hanya bermodal internet dan bergabung dengan salah satu marketplace sudah cukup untuk bisa membuka usaha di bidang e-commerce. Ketika menjalankan usaha di internet dipercaya dapat lebih mudah dan lebih sedikit biaya yang dikeluarkan dibandingkan melakukan usaha secara konvensional seperti biasanya. Karena perkembangan inilah yang menjadikan bisnis E-commerce ramai dilakukan di Indonesia, mulai dari melakukan penjualan barang sampai ke pekerjaan jasa sekalipun. Dikutip dari Maria Elena, 27 Januari 2022, 13.38 WIB. Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi dagang-el atau E-commerce sepanjang 2021 mencapai Rp401 triliun, pada tahun 2022, Bank Indonesia memperkirakan transaksi E-commerce akan meningkat sebesar 31,2% dibandingkan 2021, yaitu mencapai sekitar Rp526 triliun. Dan juga dikutip dari Oktiani Endarwati, 21 Januari 2022, 12:42 WIB. Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) memproyeksikan pertumbuhan E-commerce di Indonesia meningkat lebih dari 40% di tahun 2021. Sudah tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis e-commerce menjadi bisnis yang peminatnya semakin meningkat. Apalagi sejak masa pandemi di mana semua orang melakukan aktivitas secara digital atau dari rumah. Tentunya dengan aktivitas dari rumah tersebut menyebabkan semua orang tidak bisa pergi ke toko seperti biasa untuk membeli berbagai hal, dan di sini bisnis e-commerce mendapat peluang untuk tampil ke permukaan. Setelah banyaknya marketplace bermunculan dan merubah persepsi masyarakat yang masih berfikir bahwa membeli barang secara online mudah ditipu. Dengan adanya marketplace tersebut transaksi e-commerce menjadi lebih aman, dan jika memang barang yang datang tidak sesuai dengan foto yang di tampilkan pembeli dapat mengajukan pengembalian barang kepada pihak marketplace terkait. Peningkatan ini juga searah dengan perubahan pola hidup masyarakat yang mulai menuju era digital dan juga di dukung dengan semakin berkembangnya sistem pembayaran yang mulai semakin ke sini semakin terdigitalisasi secara elektronik.

Perkembangan duni kini sangatlah pesat bahkan untuk saat ini bisa tiap hari dunia berkembang. Kemajuan perkembangan seperti ini tentunya tidak dapat dipungkiri ataupun dihindari. Dan perkembangan ini juga sangat memengaruhi berbagai sektor, yang di antaranya adalah sektor dunia usaha dan sektor ekonomi. Salah satu contoh majunya sektor dunia usaha adalah e-commerce. Bisnis digital elektronik commerce ini tumbuh sekitar 33% di tahun 2020 dengan nilai yang hebat, yang di perkiran dari Rp 253 triliun meningkat pesat hingga kisaran Rp 337 triliun. Laporan khusus yang pernah di tulis oleh Google, Temasek, dan Bain Company pada Oktober 2020 lalu adalah menyatakan bahwa waktu yang digunakan masyarakat untuk menjelajahi platform E-commerce menjadi meningkat, yang semula hanya 222 menit per hari meningkat menjadi

282 menit per hari ketika terjadi masa-masa lockdown dan akhirnya menurun menjadi 258 menit per hari setelah masa-masa lockdown berakhir.

Perkembangan e-commerce di Indonesia sendiri tentunya di pengaruhi oleh beberapa faktor. Tidak semerta-merta berkembang tanpa adanya bantuan dari faktor tertentu. Faktor yang mempengaruhi tersebut antara lain ialah meningkatnya pertumbuhan penduduk, meningkatnya pengguna smartphone, meningkatnya pengguna internet, meningkatnya pengguna social media dari kalangan anak-anak yang masih duduk di bangku sekolah dasar (SD) sampai mereka yang sudah berkeluarga atau dewasa, sampai berkembangnya perusahaan teknologi finansial di dunia teknologi era digital ini. Faktor yang juga mempengaruhi pesatnya angka pertumbuhan di E-commerce Indonesia adalah teknologi finansial. Tercatat pada tahun 2018 sekitar 66% masyarakat Indonesia belum memiliki rekening bank. Seiring banyaknya E-commerce bermunculan, pengguna rekening bank dan cashless meningkat. Dengan ini perlu ditegaskan kembali oleh pemerintah agar semua kalangan pelaku bisnis e-commerce dari yang kecil sampai yang besar mau melaksanakan kewajibannya sebagai wajib pajak. Seperti yang telah diatur oleh pemerintah dalam surat yang dikeluarkan direktur jendral pajak nomor S-702/PJ.332/2006. Isi dari surat tersebut bahwa tidak adanya perbedaan perlakuan perpajakan pada perdagangan elektronik dengan perdagangan konvensional, sehingga menjadikan para pelaku e-commerce tidak diperbolehkan memberikan alasan apapun untuk menghindari kewajibannya sebagai wajib pajak.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pajak

Pengertian Pajak

Menurut S. I. Djajadiningrat yang di kutip dari buku (Siti Resmi, 2019:1) pajak adalah suatu kewajiban untuk menyerahkan sebagian kekayaan negara karena suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu. Pungutan tersebut bukan sebagai hukuman, tetapi menurut peraturan-peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dipaksakan untuk tidak ada jasa balik dari negara secara langsung, misalnya memelihara kesejahteraan umum.

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H. yang di kutip dari buku (Siti Resmi, 2019:1) pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Menurut Dr. N. J. Feldmann yang di kutip dari buku (Siti Resmi, 2019:1) pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkan secara umum), tanpa adanya kontraprestasi, dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran umum.

Dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa atau negara dalam pembiayaan pembangunan adalah menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri berupa pajak yang digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna untuk kepentingan bersama.

Ciri-ciri Pajak

Berdasarkan undang-undang KUP nomor 28 tahun 2007, pajak memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pajak merupakan kontribusi wajib warga negara
2. Pajak bersifat memaksa untuk setiap warga negara

3. Warga negara tidak mendapat imbalan langsung
4. Berdasarkan Undang-undang

Fungsi Pajak

1. Fungsi Budgetair (sumber keuangan negara)

Pajak mempunyai fungsi budgetair, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak seperti pajak penghasilan (PPH), pajak pertambahan nilai (PPN), dan pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM), pajak bumi dan bangunan (PBB), dan lain-lain.

2. Fungsi Regulasi (mengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan. Berdasarkan penjelasan fungsi pajak, dapat disimpulkan bahwa pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran rutin maupun pembangunan dan untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah.

2.2 E-commerce

Pengertian bisnis Online dan E-commerce

Sari (2018:15) bisnis Online adalah suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan di media internet untuk menghasilkan uang. Seperti halnya sebuah kegiatan bisnis di kehidupan nyata, bisnis online yang di jalankan via Internet ini pun memiliki tujuan yang sama yaitu menghasilkan suatu keuntungan.

2.3 Perkembangan E-commerce

Sari (2018:13) Jumlah pembeli dan transaksi jual beli online yang terus meningkat drastis dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa bisnis online akan terus berkembang, dan diperkirakan trend positif tersebut akan terus berlanjut setidaknya lima tahun ke depan. Data dan fakta tentang semakin meningkatnya jumlah transaksi online membuat banyak pebisnis yang mulai melirik dan bahkan beralih ke bisnis online. Dari data yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo), Indonesia kini menjadi salah satu raksasa bisnis online atau E-commerce di wilayah Asia Pasifik. Dalam lima tahun terakhir, terhitung sejak tahun 2011, bisnis online terus berkembang.

Komponen E-commerce

Sari (2018:16) sejalan dengan Dewi Irmawati dalam Jurnal ilmiah Pemanfaatan E- Commerce Dalam Dunia Bisnis, E-commerce memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara offline, yaitu:

1. Produk: Banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet seperti komputer, buku, musik, pakaian, mainan, dan lain-lain.
2. Tempat menjual produk (a place to sell): tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
3. Cara menerima pesanan: e-mail, telepon, sms dan lain-lain.
4. Cara pembayaran: Cash, cek, bankdraft, kartu kredit, internet payment (misalnya paypal).

5. Metode pengiriman: pengiriman bisa dilakukan melalui paket, salesman, atau didownload jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misalnya software).
6. Customer service:e-mail, formulir online, FAQ, telepon, chatting, dan lain-lain”.

Manfaat E-commerce

Sari (2018:17) menurut Suyanto manfaat E-commerce terbagi menjadi 3, yaitu:

1. Bagi organisasi pemilik E-commerce
 - a) Memperluas market place hingga kepasar nasional dan internasional.
 - b) E-commerce menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan, dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
 - c) E-commerce mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa.
2. Bagi konsumen
 - a) E-commerce memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi.
 - b) E-commerce memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan, mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak vendor.
 - c) E-commerce menyediakan produk dan jasa yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
 - d) Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detil dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
3. Bagi masyarakat
 - a) E-commerce memungkinkan orang untuk bekerja didalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas dijalan serta mengurangi polusi udara.
 - b) E-commerce memungkinkan orang di Negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa E-commerce”.

2.4 Pajak terhadap transaksi E-commerce

Pajak yang dikenakan terhadap transaksi E-commerce

1. Pajak pertambahan nilai (PPN)

Sari (2018:21) PPN (Pajak Pertambahan Nilai) adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi (Siti Resmi, 2012:1). Dalam Dirjen Pajak, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) didefinisikan sebagai pajak yang dikenakan atas setiap pembelian Barang Kena Pajak dan pemanfaatan Jasa Kena Pajak baik di dalam wilayah Indonesia maupun dari luar daerah Pabean.

Objek PPN:

- a) Penyerahan/impор/pemanfaatan/ekspor terhadap BKP /JKP/BKP tidak berwujud
- b) Kegiatan membangun sendiri yang dilakukan tidak dalam kegiatan usaha atau pekerjaan oleh orang pribadi atau badan yang hasilnya digunakan sendiri atau

digunakan pihak lain.

- c) Penyerahan aktiva oleh PKP yang menurut tujuan semula aktiva tersebut tidak untuk diperjual belikan sepanjang pajak masukan yang dibayar pada saat perolehan menurut ketentuan dapat dikreditkan.

Subjek PPN. Pengusaha Kena Pajak, yaitu pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau penyerahan Jasa Kena Pajak yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang PPN, yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar Daerah Pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar Daerah Pabean.

Tarif PPN:

- 2.1 Tarif PPN adalah 10%. Dikenakan atas setiap penyerahan BKP di dalam daerah pabean/impur BKP/penyerahan JKP di dalam daerah pabean/pemanfaatan BKP tidak berwujud dari luar daerah pabean di dalam pabean/pemanfaatan JKP dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean.
- 2.2 Tarif pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tersebut dapat diubah menjadi paling rendah 5% dan paling tinggi 15% yang perubahan tarifnya diatur dengan Peraturan Pemerintah. Hal ini dapat disebabkan berbagai faktor, misalnya pertimbangan perkembangan perekonomian Indonesia, sehingga tarif PPN bisa diturunkan. Sebaliknya, misalnya jika Pemerintah membutuhkan penerimaan pajak yang besar, sehingga tarif PPN bisa dinaikkan.
- 2.3 Tarif PPN sebesar 0% diterapkan atas Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud, Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, dan Ekspor Jasa Kena Pajak.

2.4 Jenis-jenis Transaksi E-commerce

Sari (2018:23) berdasarkan surat edaran No 62 tahun 2013, ada 4 jenis transaksi online yang akan masuk dalam perhitungan pajak adalah sebagai berikut:

1. Online Marketplace

Online Marketplace adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa toko internet sebagai Online Marketplace Merchant untuk menjual barang dan/atau jasa. Dalam model transaksi ini, ada imbalan, dalam bentuk rent fee atau registration fee, atas jasa penyediaan tempat dan/atau waktu memajang iklan barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di toko internet melalui mall internet. Jumlah penjual banyak dengan karakteristik penjualan toko permanen. Sistem penawaran, pemesanan, pembayaran dilakukan secara online, tetapi sistem pengiriman bisa dilakukan secara online ataupun offline. Selain itu, ada sejumlah uang yang dibayarkan oleh Online Marketplace Merchant ke penyelenggara Online Marketplace sebagai komisi atas jasa perantara pembayaran atas penjualan barang dan/atau jasa. Contoh dari Online Marketplace adalah Bukalapak, Tokopedia, Shopee

2. Classified Ads

Classified Ads adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang iklan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pengiklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara Classified Ads. Jumlah penjual banyak dengan karakteristik penjual adalah penjual insidental dimana penjual hanya menjual barang dagangannya pada kesempatan atau pada waktu-waktu tertentu. Sistem penawaran dilakukan secara online (di pasarkan pada web tersebut), sedangkan sistem pemesanan, sistem pembayaran dan sistem pengiriman bisa dilakukan secara offline (di luar web tersebut atau langsung

pada orang yang di promosikan). Kemudian pengiklan membayar sejumlah uang sebagai transaction fee kepada penyelenggara Classified Ads yang merupakan objek PPH dan PPN. Contoh dari Classified Ads adalah kaskus, tokobagus, berniaga.com, OLX.com

3. Daily Deals

Daily deals merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs Daily Deals sebagai tempat Daily Deals Merchant menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan voucher sebagai sarana pembayaran. Jumlah penjual banyak dengan karakteristik penjualan toko hanya pada promo-promo sesaat. Sistem penawaran, pemesanan dilakukan secara online sedangkan untuk sistem pembayaran dan sistem pengiriman bisa dilakukan secara online ataupun offline dalam artian pembayaran dapat dilakukan langsung pada saat pembayaran ataupun melalui web tersebut serta pengiriman di ket bisa langsung dikirim kepada web tersebut atau di ambil langsung pada toko yang bersangkutan. Contoh dari Daily Deals adalahgroupon disdus, traveloka, tiket.com, pegipegi, barang yang di jual seperti voucher ticket hotel, pesawat, dan makanan.

4. Online Retail

Online Retail adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan secara langsung oleh penyelenggara Online Retail kepada pembeli di situs Online Retail. Jumlah penjual hanya satu yaitu yang memiliki web tersebut dengan karakteristik penjualan toko permanen karena toko tersebut merupakan toko milik sendiri. Sistem penawaran dilakukan secara online, sedangkan sistem pemesanan, sistem pembayaran dan sistem pengiriman bisa dilakukan secara online ataupun offline dalam artian pembayaran dapat dilakukan langsung pada saat pembayaran ataupun melalui web tersebut serta pengiriman di ket bisa langsung dikirim kepada web tersebut atau di ambil langsung pada toko yang bersangkutan. Contoh dari Online Retail adalah blibli.com, bhinneka.com, lazada.com.

2.5 Perhitungan pajak e-commerce

a) Pajak pertambahan nilai (PPN)

untuk pemotongan PPN ada dua cara yang pertama di potong oleh pihak penjual atau pelaku e-commerce dan untuk yang kedua di potong oleh pihak marketplace jadi penjual cukup menjual dengan harga normal tanpa perlu menambah harga dan sisanya akan langsung di potong oleh pihak marketplace sebelum uang masuk ke rekening penjual. Tarif umum PPN adalah 10%. Melalui undang-undang nomor 7 tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan (UU HPP), pemerintah menaikkan tarif PPN menjadi 11%.

b) Pajak penghasilan (PPH)

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.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian analitis dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian analitis bertujuan untuk memberikan deskripsi dari sebuah gambaran secara sistematis, akurat, dan nyata terhadap fakta, sifat maupun hubungan yang berkesinambungan dengan riset yang dilakukan guna dikomparasikan untuk mengetahui sisi persamaan maupun perbedaan. Penulis melakukan observasi dan pengamatan terhadap pemberlakuan pajak e-commerce untuk mendapatkan informasi dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang berbentuk deskripsi mengenai analisis penerapan pajak atas transaksi e-commerce.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Wawancara dilakukan pada kanwil DJP Jawa Timur I

Di sini penulis menanyakan bagaimana sistem pelaksanaan pajak terhadap transaksi E-Commerce. Lalu narasumber 1 menjawab “Penghasilan dengan nama dan dalam bentuk apapun dikenakan pajak penghasilan, sehingga penghasilan yang diterima oleh pelaku e-commerce merupakan objek PPh. Demikian juga untuk penghasilan yang merupakan objek pemotongan/pemungutan PPh, wajib dipotong/dipungut oleh pemberi penghasilan dalam hal pemberi penghasilan merupakan Wajib Pajak Badan atau Wajib Pajak Orang Pribadi yang ditunjuk sebagai pemotong/ pemungut PPh. Sementara itu, untuk kepentingan PPN seluruh pelaku e-commerce (baik penjual maupun penyedia toko online/classified ads) yang melakukan penjualan/penyerahan Barang Kena Pajak/Jasa Kena Pajak (BKP/JKP) lebih dari Rp 4,8 M setahun wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak. Sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) termasuk pengusaha yang bergerak di bidang e-commerce, penjual atau pengusaha wajib memungut PPN atas penyerahan BKP/JKP pada transaksi e-commerce (atas barang yang dijual oleh penjual ataupun jasa yang diberikan penyedia jasa toko online).”

Untuk pertanyaan selanjutnya adalah apakah perbedaan perpajakan terhadap transaksi E-Commerce dengan pajak konvensional. Narasumber 1 mengatakan “Pada prinsipnya, transaksi perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik, yang selanjutnya disebut e-commerce sama dengan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya, tetapi berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan. Oleh karena itu, tidak ada perbedaan perlakuan perpajakan antara transaksi e-commerce dan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya.”

Lalu untuk pertanyaan terakhir adalah untuk pajak E-Commerce di sosial media akan ada aturan khusus atau tidak. Dan narasumber 1 menjawab “Pada dasarnya aturan pajak e-commerce sama dengan perlakuan pajak pada umumnya. Khusus untuk Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak Dari Luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean Melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik diatur mulai tahun 2020 melalui PMK-48/PMK.03/2020 yang kemudian dicabut dengan PMK-60/PMK.03/2022 tentang Tata Cara Penunjuk Pemungut, Pemungutan, Penyetoran, dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak Dari Luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean Melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”

Di sini penulis menanyakan apa saja yang menjadi faktor pendukung dalam penerapan pajak E-commerce. Dan narasumber 1 menjawab “Data dan informasi keuangan yang diperoleh Direktorat Jenderal Pajak dari instansi. Lembaga, asosiasi,

dan pihak lain serta data hasil pertukaran informasi keuangan merupakan faktor pendukung penerapan pajak terhadap transaksi e-commerce”

Lalu untuk pertanyaan selanjutnya penulis bertanya apa saja yang menjadi kendala dalam penerapan pajak E-commerce. Dan narasumber 1 menjawab “Masih banyak pelaku e-commerce yang belum memiliki NPWP. Dan lagi karena perkembangan teknologi, bentuk transaksi e-commerce menjadi bervariasi sehingga perlu dilakukan pengawasan supaya tidak ada potensi pajak yang hilang”

Lalu penulis juga bertanya adakah keinginan Adakah keinginan untuk sosialisasi, mengingat di daerah madura sendiri masih sedikit yang paham mengenai pajak e-commerce. Dan narasumber 1 menjawab “daerah madura bukan merupakan wilayah kerja dari Kanwil DJP Jawa Timur I melainkan wilayah kerja dari Kanwil DJP Jawa Timur II.”

2) Wawancara dilakukan pada Friday Killer Sumenep

Untuk hasil yang pertama di sini penulis menanyakan seberapa tau wajib pajak dengan apa itu pajak E-Commerce. Di sini Narasumber 2 menjawab “Untuk pajak e-commerce sendiri saya kurang tau, tapi kalau tidak salah itu pajak tentang penjualan online” berdasarkan dari jawaban tersebut bisa saya anggap bahwa Narasumber 2 tersebut hanya sekedar tau pajak E-Commerce dari mendengar ucapan orang lain. Dan juga Narasumber 2 mengucapkan kata kalau tidak salah yang berarti Narasumber 2 sendiri masih belum yakin terhadap apa yang ia ketahui. Narasumber 2 juga mengatakan bahwa belum pernah mendapat sosialisasi mengenai pajak E-Commerce.

Lalu untuk pertanyaan yang selanjutnya adalah apakah di sini dikenakan PPN dan apa sudah membayar pajak. Di si Narasumber 2 mengatakan “iya sudah dikenakan PPN, dan untuk pembayaran pajak sendiri sudah ada staffnya yang menangani” jadi untuk Friday Killer sendiri sudah dikenakan PPN dan patuh terhadap pembayaran pajak.

3) Wawancara dilakukan pada batik Al-Barokah Pekandangan

Untuk hasil yang pertama di sini penulis menanyakan seberapa tau wajib pajak dengan apa itu pajak E-Commerce. Di sini narasumber 3 menjawab “untuk pajak E-Commerce sendiri saya tidak tau sama sekali” di sini narasumber 3 menjawab bahwa masih tidak tau apa-apa mengenai pajak E-Commerce. Mungkin ini hal wajar mengingat narasumber 3 tidak pernah mendapat sosialisasi mengenai pajak E-Commerce sama sekali.

Lalu untuk pertanyaan yang selanjutnya adalah apakah di sini dikenakan PPN dan apa sudah membayar pajak. Di si narasumber 3 mengatakan “iya sudah dikenakan PPN. Dan untuk pembayaran pajaknya sendiri juga sudah, namun di sini hanya membayar pajak untuk penjualan biasa dan untuk penjualan online masih di gabung belum di pisah. Dan lagi di sini tidak tau mengenai perhitungan pajaknya jadi langsung kami serahkan ke petugas di kantornya ketika mau bayar pajak” di sini narasumber 3 juga sudah di kenakan PPN dan Patuh terhadap pembayaran pajak. Namun narasumber 3 hanya membayar pajak untuk penjualan konvensional, karena penjualan konvensional dan penjualan online masih di gabung. Dan lagi untuk pembayarannya masih menyuruh petugas di kator pajak untuk melakukan perhitungannya.

4) Wawancara dilakukan pada Zoya Pamekasan

Untuk hasil yang pertama di sini penulis menanyakan seberapa tau wajib pajak dengan apa itu pajak E-Commerce. Di sini narasumber 4 menjawab “yaitu tarif yang diberikan 0,5% apabila penghasilan bruto lebih dari Rp4,8 M” untuk narasumber 4 ini bisa dikatakan lebih tau dari ke 2 narasumber yang tadi, namun untuk narasumber 4 tersebut juga sama tidak pernah mendapatkan sosialisasi tentang pajak E-Commerce.

Lalu untuk pertanyaan yang selanjutnya adalah apakah di sini dikenakan PPN dan apa sudah membayar pajak. Di si narasumber 4 mengatakan “PPN sudah di kenakan. Untuk pembayaran pajak sendiri sudah langsung dibayarkan oleh pusat. Jadi bisa di anggap kami di sini langsung terima jadi saja dan hanya tinggal menjual ke konsumen karena untuk pajak dan lain-lain sudah di urus oleh pusat” jadi untuk Zoya Pamekasan juga sudah dikenakan PPN dan juga masih patuh terhadap pembayaran pajak, namun Zoya tidak melakukan pemotongan pajaknya sendiri karena sudah dilakukan pemotongannya oleh pusatnya.

5) Wawancara dilakukan pada Friday Killer Pamekasan

Untuk hasil yang pertama di sini penulis menanyakan seberapa tau wajib pajak dengan apa itu pajak E-Commerce. Di sini narasumber 5 menjawab “kurang begitu menguasai dengan pajak E-Commerce namun pernah baca-baca tentang pajak E-Commerce” untuk narasumber 5 di sini hanya sedikit mengetahui tentang pajak E-Commerce dari hasil membaca sendiri namun belum begitu menguasai.

Lalu untuk pertanyaan yang selanjutnya adalah apakah di sini dikenakan PPN dan apa sudah membayar pajak. Di si narasumber 5 mengatakan “iya di sini sudah di kenakan ppn. Dan untuk pajak di sini kita bayarkan sendiri tiap bulannya. Untuk proses pemotongannya kita di sini kita sudah otomatis dilakukan oleh marketplacena. Semisal kita jual baju di tokopedia dengan harga Rp100.000, dan karena ada pemotongan PPN 10% dan pemotongan seperti fee dan lain-lain oleh tokopedia jadi uang yang masuk ke rekening kita itu tidak pyur Rp100.000 juga” jadi untuk Friday Killer Pamekasan juga sudah dikenakan PPN dan untuk pemotongan pajaknya sudah di lakukan sendiri. Dan untuk PPNnya sudah otomatis terpotong oleh marketplacena.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pajak dalam Transaksi E-commerce

Terdapat dua jenis pajak yang dikenakan dalam transaksi e-commerce. Yang pertama ialah PPN (pajak pertambahan nilai) dan yang kedua adalah Pph (pajak penghasilan). Untuk Pph sendiri sebenarnya masih sama saja dengan pajak konvensional seperti biasa hanya saja tempat bertransaksinya yang membedakan. Dan untuk perhitungan penjualan secara online dan konvensional harus dipisah dalam pelaporannya. Sedangkan untuk pemotongan PPN ada dua cara yang pertama di potong oleh pihak penjual atau pelaku e-commerce dan untuk yang kedua di potong oleh pihak marketplace jadi penjual cukup menjual dengan harga normal tanpa perlu menambah harga dan sisanya akan langsung di potong oleh pihak marketplace sebelum uang masuk ke rekening penjual.

Berdasarkan hal tersebut, pelaku transaksi E-Commerce juga bisa dikategorikan sebagai subjek pajak yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada negara. Subjek pajak akan dikenakan pajak jika mendapatkan, menerima, atau

memperoleh penghasilan dalam bentuk apapun. Dengan didasari oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Karena masih belum ada aturan khusus yang mengatur perlakuan PPH atas Pengusaha E-Commerce sehingga pada dasarnya masih disamakan dengan toko konvensional. Berdasarkan PP (peraturan pajak) 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. Pemerintah menerbitkan peraturan menteri keuangan (PMK) nomor 210/PMK/010/2018 tentang pemberlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik.

Faktor Pendukung Dalam Penerapan Pajak E-commerce

1) Data dan informasi wajib pajak

Data dan informasi wajib pajak yang diperoleh Direktorat Jenderal Pajak dari instansi. Lembaga, asosiasi, dan pihak lain serta data hasil pertukaran informasi keuangan merupakan faktor pendukung penerapan pajak terhadap transaksi e-commerce

2) Penyediaan fasilitas (sarana/prasarana) wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan

Untuk mempermudah pelanggan dari tempat yang jauh agar tidak harus datang ke toko. Karena tentunya masih banyak orang yang berfikir dua kali untuk langsung datang ke toko akibat jarak yang terlalu jauh. Mungkin untuk kalangan menengah ke atas tidak perlu memikirkan biaya transport dan lain-lain, tapi beda halnya dari kalangan menengah ke bawah yang masih harus memikirkan biaya transport dan lainnya.

3) Memperluas usaha di bidang e-commerce

Semakin ke belakang tentunya zaman semakin berkembang, dan akibat perkembangan zaman pula yang menjadikan persaingan antar pelaku e-commerce semakin ketat. Jika kita tidak mengikuti perkembangan dan trend zaman tentunya kita akan tertinggal oleh saingan kita. Dan oleh karena itu perlu adanya memperluas usaha dari bidang konvensional biasa saja ke bidang e-commerce yang lebih modern.

4) Strategi penjualan

Tidak dapat di pungkiri akibat pandemi banyak yang beralih dari melakukan berbagai hal secara biasa menjadi digital. Dan tentunya ini juga berefek bagi para pelaku usaha salah satunya usaha pakaian maupun makanan dan minuman. Banyak orang yang malas keluar rumah karena sudah terbiasa melakukan berbagai hal secara digital, nah pada kesempatan kali inilah yang menjadikan sebuah target pasar baru dengan melakukan penjualan online. Dengan penjualan online memudahkan para pelanggan untuk bertransaksi, pelanggan hanya perlu menunggu di rumah tanpa harus repot-repot keluar dari rumah.

Kendala Dalam Penerapan Pajak E-commerce

1) Masih banyak pelaku e-commerce yang belum memiliki NPWP

Jika di atas ada beberapa kendala yang di alami oleh wajib pajak, maka kali ini adalah beberapa kendala yang di alami oleh kantor pajak. Salah satunya adalah

masih banyak nya para pelaku e-commerce yang masih belum memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) oleh karena itu DJP tidak bisa menagih kepada para pelaku e-commerce yang tidak memiliki NPWP. NPWP itu sendiri tentunya sangat penting agar bisa terdata oleh DJP, tanya adanya NPWP DJP tidak akan bisa memperoleh data para pelaku e-commerce. Apalagi untuk pendaftaran penjual pada beberapa online merchant saat ini tidak mewajibkan untuk mencantumkan NPWP hanya memerlukan NIK (Nomor Induk Kependudukan).

2) Bermunculannya aplikasi non legal

Untuk kendala yang selanjutnya adalah perkembangan teknologi, karena perkembangan teknologi, bentuk transaksi e-commerce menjadi bervariasi sehingga perlu dilakukan pengawasan supaya tidak ada potensi pajak yang hilang. Tidak bisa di pungkiri lagi bahwa teknologi akan semakin berkembang dan maju. Namun perkembangan teknologi sendiri tidak hanya menghasilkan sisi positif, melainkan sisi negatif juga. Dengan adanya perkembangan teknologi itu sendiri membuat bentuk transaksi e-commerce menjadi semakin banyak, sedangkan bentuk transaksi yang di awasi oleh DJP masih 4 model.

3) Kurangnya sosialisasi

Dari beberapa objek yang di teliti banyak dari mereka yang hanya mengetahui sedikit tentang pajak e-commerce. Kesadaran dan Pemahaman dari para Wajib Pajak berbanding lurus dengan sosialisai yang belum dilakukan secara menyeluruh oleh Fiskus. Seiring majunya pertumbuhan pelaku bisnis yang semakin marak, maka perlu adanya sosialisasi kembali oleh fiskus. Karena masih banyak dari mereka yang mengatakan bahwa belum pernah mendapatkan sosialisasi sama sekali, mengingat tidak semua pelaku usaha e-commerce mempunyai pendidikan yang mengajari tentang pajak. Dari sudut pandang penulis sendiri memang perlu adanya sosialisai lagi mengingat bisnis e-commerce di sini sudah menyebar sangat luas dan juga menjadi salah satu bisnis yang memiliki banyak peminat. Di samping itu pengetahuan tentang pajak sendiri masih belum banyak di ajarkan di sekolah terutama di jenjang pendidikan Sekolah Menengah Akhir (SMA) yang rata-rata banyak dari lulusan SMA tersebut lebih memilih melanjutkan ke dunia karir daripada melanjutkan pendidikannya.

4) Sedikitnya pengetahuan tentang pajak

Sepertihalnya yang sudah penulis katakan di atas bahwa perlu adanya tambahan pelajaran tentang pajak di jenjang pendidikan Sekolah Menengah Akhir (SMA) karena masih banya masyarakat yang setelah lulus SMA lebih memilih untuk langsung terjun ke dunia kerja daripada melanjutkan pendidikannya. Faktor ekonomi sendiri bisa menjadi salah satu penyebab kebanyakan orang setelah lulus SMA langsung meniti karir demi membantu ekonomi keluarga sendiri. Ada pula faktor asmara yang menjadi salah satu faktor tidak meneruskan pendidikan ke jenjang selanjutnya karena banyak yang stelah lulus SMA langsung menikah entah itu karena niat mereka sendiri ataupun sudah dijodohkan oleh keluarga. Oleh sebab itu pentingnya pendidikan pajak sejak dini memang sudah harus diajarkan pada masa-masa SMA, karena masa SMA sendiri adalah masa yang krusial yang dapat menentukan arah mana yang akan diambil. Selain perlunya adanya tambahan pelajaran tentang pajak di atas, penulis juga menyarankan perlu adanya sosialisai terhadap para pembisnis untuk lebih mengenalkan apa itu pajak kepada mereka yang telah lulus dan masuk ke dunia kerja. Karena tidak mungkin bagi mereka untuk berhenti bekerja untuk melanjutkan pendidikannya. Terlebih lagi sosialisasi

merupakan cara yang yang efektif untuk menambah pengetahuan tentang pajak kepada para pembisnis.

5) Minimnya kesadaran tentang pajak

Karena perpajakan di indoneisa masih memiliki beberapa celah seperti contohnya perpajakan di Indonesia menganut sistem self assessment. Sistem self assessment sendiri adalah sistem yang masih memberikan sepenuhnya tanggung jawab kepada wajib pajak mulai dari pelaporan hingga pembayaran. 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. Dari sistem self assessment itu sendiri yang menjadikan beberapa orang jadi enggan meimiliki kesadaran tentang pajak. Mungkin dengan adanya sosialisasi yang sudah menyeruluh dan dilakukan secara berkala bisa meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap membayar pajak di masa depan. Sedangkan untuk bisnis e-commerce sendiri adalah bisnis yang memerlukan kesadaran tinggi terhadap membayar pajak di karenakan bisnis e-commerce sendiri itu masih sulit untuk di deteksi, dan lagi masih banyak yang melakukan bisnis e-commerce melalui media sosial.

5. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pajak e-commerce terbagi menjadi 4 macam, yakni : Online Marketplace, Classified Ads, Daily Deals, Online Retail. Dan dari ke empat macam pajak e-commerce tersebut sama-sama di kenakan (PPH) pajak penghasilan dan (PPN) pajak pertambahan nilai. Lalu terdapat beberapa faktor pendukung dalam penerapan pajak terhadap transaksi e-commerce yakni bagi fiskus: Data dan informasi wajib pajak, lalu bagi wajib pajak: Penyediaan fasilitas (sarana/prasarana) wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan, Memprluas usaha di bidang e-commerce, dan strategi penjualan. selain dari faktor pendukung tentunya juga ada beberapa kendala yang di alami di antara bagi fiskus adalah: Masih banyak pelaku e-commerce yang belum memiliki NPWP, dan Bermunculannya aplikasi non legal. Dan bagi wajib pajak adalah: Kurangnya sosialisasi, Sedikitnya pengetahuan tentang pajak, Minimnya kesadaran tentang perkembangan pajak, Ketakutan terhadap pajak.

Berdasarkan dari beberapa kendala di atas, salah satu kendala yang paling berpengaruh adalah Kesadaran dan Pemahaman dari para Wajib Pajak berbanding lurus dengan sosialisai yang belum dilakukan secara menyeluruh oleh Fiskus. Jadi di sini penulis memiliki saran untuk DJP dan juga saran untuk pelaku e-commerce.

Saran untuk DJP ialah agar melakukan sosiliasasi terkait peraturan pajak secara menyeluruh agar para pelaku e-commerce dapat lebih memahai apa maksud dari peraturan tersebut keluar.

Lalu saran untuk pelaku e-commerce adalah untuk selalu update terhadap peraturan baru meski tidak terlalu memahami setidaknya sudah tau jika ada peraturan baru ataupun peraturan yang belum diketahui. Dan mencoba untuk lebih terbuka kepada orang lain.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adam, D. V., & Astin, I. P. (2019). Kebijakan Pengenaan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Online (E-commerce). Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi), (2), 220-226.

- Budi, C. (2018). *Menyasar Pajak Transaksi E-commerce*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan.
- Mogi, M. C. (2021). Potensi Dan Hambatan Dalam Pengenaan Pajak Penghasilan Dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Usaha Berbasis Online (E-commerce) Di Indonesia. *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Keagamaan*, 19(2), 604-615.
- Rahayu, H. A., & Putranto, H. A. (2019). Pajak E-commerce di Indonesia. Seminar Nasional dan The 6th Call For Syariah Paper (SANCALL) 2019.
- Resmi, S. (2016). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*