



Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui E-Commerce Di Indonesia

I Kadek Beny¹, Meilin Loviana Dewi²,

¹ Universitas Pendidikan Ganesha. E-mail : beny@undiksha.ac.id

² Universitas Pendidikan Ganesha. E-mail : meilin@undiksha.ac.id

Info Artikel

Masuk: 12 Juli 2021

Diterima: 1 Agustus 2021

Terbit: 10 Oktober 2021

Keywords:

Tax Policy, E-Commerce, Tax Affirmation

Kata kunci:

Kebijakan Pajak, E-Commerce, Penegasan Perpajakan

Corresponding Author:

I Kadek Beny

E-mail :

Abstract

Tax collection policy is a policy issued by the government in an effort to increase state revenue. Taxes are a taxpayer's obligation or a taxpayer's contribution to a state that is compelling without receiving direct compensation, but the tax is usually allocated to the construction of public facilities and the interests of the government of a country. With the existence of a policy regarding tax collection on trade transactions carried out online, it is hoped that there will be an awareness of taxpayers to carry out their obligations. The types of taxes that can be imposed or collected are the type of income tax (PPh) and the type of value added tax (VAT). With this tax collection policy, it is hoped that it can increase state revenue from the tax sector, especially taxes from online trade transactions by utilizing E-Commerce media. The government through the Directorate General of Taxes (DGT) has confirmed the E-Commerce transaction by issuing SE-62 / PJ / 2013 dated 27 December 2013 concerning the Affirmation of Taxation Provisions on E-Commerce Transactions, which states that there are no new taxes in E-Commerce transactions. commerce. Therefore, the seller or buyer can be taxed in accordance with the applicable tax laws. Taxes on E-Commerce transactions aim to apply justice to all taxpayers, both conventional and E-Commerce.

Abstrak

Kebijakan pemungutan pajak adalah kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam upaya untuk menambah pendapatan negara. Pajak merupakan kewajiban wajib pajak atau kontribusi wajib pajak kepada negara yang bersifat memaksa dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, melainkan pajak tersebut biasanya dialokasikan pada pembangunan fasilitas umum dan kepentingan pemerintahan suatu negara. Dengan adanya kebijakan mengenai pemungutan pajak atas transaksi perdagangan yang dilakukan secara online,

beny@undiksha.ac.id

diharapkan adanya suatu kesadaran wajib pajak untuk menjalankan kewajibannya. Adapun jenis pajak yang dapat dikenakan atau dilakukan pemungutan pajak adalah jenis Pajak Penghasilan (PPH) dan jenis Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Dengan adanya kebijakan pemungutan pajak ini, diharapkan dapat menambah pendapatan negara dari sektor pajak, khususnya pajak dari transaksi perdagangan secara online dengan memanfaatkan media E-Commerce. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melakukan penegasan berkaitan dengan transaksi E-Commerce dengan mengeluarkan SE-62/PJ/2013 tanggal 27 Desember 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce, yang menyatakan tidak ada pajak baru dalam transaksi E-Commerce. Oleh karena itu penjual atau pembeli dapat dikenakan pajak sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Pajak atas transaksi E-Commerce bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua wajib pajak baik konvensional maupun E-Commerce.

@Copyright 2021.

Pendahuluan

Pada dasarnya, manusia adalah makhluk sosial. Manusia yang satu dengan manusia yang lainnya saling membutuhkan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal tersebut dikarenakan manusia mempunyai kebutuhan hidup yang beragam, sedangkan kemampuan masing-masing manusia terbatas. Dalam kondisi saling membutuhkan tersebut, maka timbullah suatu interaksi antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Dalam memenuhi kebutuhannya yang beragam, manusia akan melakukan transaksi satu sama lainnya. Transaksi yang dimaksud adalah transaksi jual beli, tukar menukar, maupun sewa menyewa, dan lain sebagainya. Perkembangan transaksi yang ada di masyarakat mengalami perkembangan yang sangat cepat, yang mana transaksi diawali dengan tukar menukar kemudian berkembang menjadi transaksi jual beli dengan menggunakan uang, baik itu uang logam maupun uang kertas.

Perkembangan pola transaksi antar masyarakat juga dipengaruhi oleh semakin majunya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi dan komunikasi memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan transaksi dalam masyarakat, yang mana transaksi yang dulunya dilakukan secara konvensional dengan bertatap muka langsung mengalami perkembangan menjadi suatu transaksi yang dilakukan secara online, dengan tanpa adanya tatap muka langsung antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli atau perdagangan melalui media internet lebih dikenal dengan transaksi jual beli melalui media *E-Commerce*, yang mana transaksi ini sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal tersebut dikarenakan adanya keberagaman produk dan efektivitas waktu yang dirasa sangat membantu bagi masyarakat masa kini.

Suatu transaksi perdagangan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan media internet lebih dikenal dengan istilah transaksi perdagangan

dengan media *E-Commerce*. Perdagangan dengan media *E-Commerce* dapat diartikan sebagai suatu transaksi jual beli, baik itu berupa barang maupun jasa dengan menggunakan media komunikasi elektronik, seperti laptop, komputer pribadi, *Automatic Teller Machine* (ATM), dan yang lebih canggih lagi adalah menggunakan *smart phone*. Lebih singkat lagi, *E-Commerce* dapat diartikan sebagai suatu cara untuk melakukan transaksi bisnis dengan menggunakan media elektronik seperti *smart phone* dengan bantuan jaringan telekomunikasi. Dengan adanya transaksi jual beli secara online ini, maka berdampak pada meningkatnya jumlah konsumen karena bisa dikatakan sudah tidak lagi terhalang jarak yang jauh (Utomo, 2013).

Transaksi perdagangan dengan memanfaatkan media elektronik, menawarkan begitu banyak keuntungan, baik itu bagi pelaku usaha atau pedagang maupun bagi konsumen. Hal tersebut menyebabkan masyarakat masa kini, khususnya para pengguna internet lebih sering melakukan transaksi perdagangan dengan media *E-Commerce*. Transaksi perdagangan dengan memanfaatkan media *E-Commerce* sangat diminati oleh masyarakat dan tidak menutup kemungkinan dengan perkembangannya yang sangat pesat transaksi yang dilakukan secara online dapat menggantikan pola transaksi konvensional, yang mana dalam transaksi konvensional pihak penjual dan pihak pembeli bertatap muka secara langsung.

Faktor utama yang menyebabkan banyak masyarakat melirik transaksi perdagangan melalui media *E-Commerce* adalah keuntungan yang ditawarkan sangat besar, selain itu kemudahan dalam hal tidak membutuhkan tempat penjualan yang strategis juga mempengaruhi berkembangnya transaksi jual beli secara online lebih diminati oleh masyarakat.

Keuntungan yang sangat besar juga didapatkan oleh pelaku usaha online karena terdapat beberapa pelaku usaha yang tidak membayarkan pajak. Dalam transaksi melalui media *E-Commerce*, terdapat pemikiran bahwa para pelaku usaha tidak dikenakan pajak karena transaksi yang terjadi dilakukan secara virtual atau melalui dunia maya. Sebenarnya transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media *E-Commerce* tetap dapat dikenakan pajak karena mendatangkan penghasilan bagi para pelaku usaha, satu-satunya hal yang menjadi pembeda adalah media yang digunakan untuk mendapatkan penghasilan tersebut, yaitu melalui media online dengan memanfaatkan platform *E-Commerce* (Suryani, 2019).

Dalam mengatasi peningkatan jumlah transaksi perdagangan melalui media *E-Commerce*, Indonesia pastinya mempunyai pengaturan mengenai perizinan, perpajakan, dan peraturan lainnya yang mengatur mengenai dukungan terhadap adanya transaksi melalui media *E-Commerce*. Selain itu, peraturan yang dimaksud juga memberikan perlindungan terhadap masyarakat sebagai konsumen dari transaksi perdagangan melalui media *E-Commerce*. Adapun peraturan yang dimaksud adalah Peraturan Presiden (Perpres) No. 74/2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*road map E-Commerce*). Adapun peraturan yang mengatur mengenai pajak pada transaksi *E-Commerce* adalah Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan

Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang mulai berlaku secara efektif pada tanggal 1 April 2019.

Mengenai sasaran dari diberlakukannya PMK Nomor 210 Tahun 2018 adalah pajak untuk penyedia dan pedagang yang menawarkan produknya melalui platform marketplace. Adapun saat ini pemerintah belum menetapkan jenis ataupun tarif pajak yang baru bagi para pelaku usaha dalam transaksi *E-Commerce*. Selain itu, tujuan dari diberlakukannya PMK Nomor 210 Tahun 2018 adalah untuk menciptakan suatu kesetaraan antara para pelaku usaha yang menawarkan produknya pada media online. Objek pajak yang termuat dalam PMK Nomor 210 Tahun 2018 adalah semua transaksi perdagangan yang terkait dengan penggunaan platform *marketplace*, yaitu bagi pihak penyedia jasa, para pelapak dan pembelinya. Adapun para penyedia jasa yang dimaksud adalah Lazada.co.id, Olx.co.id, Bukalapak.com, Tokopedia.com.

Mengenai jangkauan dari PMK Nomor 210 Tahun 2018 adalah berlaku bagi *marketplace* yang berbasis di negara Indonesia. Sedangkan bagi *marketplace* besar yang berbasis diluar negara Indonesia tidak terdapat pengaturannya dalam PMK ini. Adapun dampak yang ditimbulkan dari adanya jangkauan ini adalah terciptanya suatu ketidaksetaraan lahan usaha (*unequal playing field*) antara platform *marketplace* dan media sosial. PMK Nomor 210 Tahun 2018 tidak mengatur mengenai transaksi yang dilakukan antara pengguna dan penyedia media sosial. Contohnya adalah terkait dengan adanya iklan-iklan produk yang ada di Facebook, Google maupun Youtube. Adanya iklan yang ditawarkan pada sosial media tersebut lolos dari ketentuan perpajakan, meskipun nominal transaksi tersebut bisa terbilang besar. Adapun transaksi *E-Commerce* yang dilakukan melalui media sosial masih belum ada pengaturannya secara khusus (Rahayu H. A., 2019).

Transaksi perdagangan yang dilakukan secara online menimbulkan suatu permasalahan yaitu permasalahan mengenai pemungutan pajak yang sama dengan pedagang konvensional. Jika diperhatikan secara nyata, terdapat kenyataan bahwa peredaran uang dalam transaksi jual beli secara online sangat besar, sehingga menimbulkan permasalahan mengenai pemungutan pajak terhadap perdagangan konvensional sama dengan perdagangan online, yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPH). Dalam menghadapi permasalahan ini pemerintah harus lebih serius, khususnya menangani permasalahan perpajakan dalam transaksi melalui media *E-Commerce* di Indonesia. hal tersebut agar tidak menimbulkan suatu ketidakseimbangan dan permasalahan dikemudian hari. Terdapat 4 (empat) Unicorn dalam bidang *E-Commerce* di negara Indonesia. Jika para pelaku usaha yang memanfaatkan media *E-Commerce* diberikan kelonggaran dalam hal perpajakan, baik Pajak Penghasilan maupun Pajak Pertambahan Nilai maka dikhawatirkan akan menimbulkan suatu ketidakseimbangan dan ketidakadilan yang terjadi dalam hukum positif yang berlaku di Indonesia. Adapun aspek perpajakan dalam media *E-Commerce* mempunyai berbagai sisi yang tidak berbeda dengan aktivitas perdagangan pada umumnya (Suryani, 2019).

Metode

Metode Penelitian yang digunakan pada penulisan artikel ini adalah metode metode penelitian yuridis normatif. Metode penelitian yuridis normatif dapat diartikan sebagai penelitian hukum kepustakaan, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder, yang mana bahan pustaka tersebut berupa peraturan perundang-undangan, penelitian terdahulu, dan lain sebagainya yang diterapkan pada masalah penelitian yakni Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui Media *E-Commerce* Di Indonesia.

Adapun penyajian pembahasan dari hasil penelitian ini adalah berpangkal pada asas-asas dan teori-teori dan doktrin serta perundang-undangan yang berlaku mengenai kebijakan pemungutan pajak, khususnya mengenai implementasi kebijakan pemungutan pajak atas transaksi perdagangan melalui media *E-Commerce*. Spesifikasi dari penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif sesuai dengan masalah dan tujuan dalam penelitian. Penelitian ini menggambarkan sejumlah keadaan-keadaan yang berkenaan dengan masalah implementasi kebijakan pemungutan pajak atas transaksi perdagangan melalui media *E-Commerce* di Indonesia. Secara lebih sederhana dapat dikatakan bahwa penelitian ini hanya terbatas pada menggambarkan keadaan dari dua pembahasan mengenai Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui Media *E-Commerce* Di Indonesia.

Pembahasan

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, maka berpengaruh pada suatu pola transaksi yang terjadi di masyarakat. Adapun pola transaksi yang dimaksud adalah maraknya transaksi jual beli yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan media *E-Commerce*. Perputaran uang yang terjadi dalam suatu transaksi secara online terbilang sangat besar. Hal tersebut dapat dijadikan obyek pajak oleh pemerintah dalam usaha menambah pendapatan negara. Kebijakan pemungutan pajak adalah kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam upaya untuk menambah pendapatan negara. Pajak merupakan kewajiban wajib pajak atau kontribusi wajib pajak kepada negara yang bersifat memaksa dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, melainkan pajak tersebut biasanya dialokasikan pada pembangunan fasilitas umum dan kepentingan pemerintahan suatu negara. Dengan adanya kebijakan mengenai pemungutan pajak atas transaksi perdagangan yang dilakukan secara online, diharapkan adanya suatu kesadaran wajib pajak untuk menjalankan kewajibannya.

Kebijakan Pemungutan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui Media *E-Commerce* Di Indonesia

Dasar hukum dari pemungutan pajak atas transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media *E-Commerce* dapat ditemukan dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*).

Adapun kebijakan perpajakan mengenai transaksi perdagangan dengan memanfaatkan media *E-Commerce* tidak jauh berbeda dengan kegiatan bisnis lainnya. Pada Pasal 9 ayat (1) Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) dinyatakan bahwa “Penaan Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan Atas Barang Mewah dan Pajak Penghasilan atas penjualan barang dan jasa yang melalui sistem berbasis elektronik berupa *online retail, classified ads, daily deals*, atau media sosial, akan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan”.

Kebijakan tersebut diatas juga didukung dengan dikeluarkannya Surat Edaran (SE) dari Direktur Jenderal Pajak (DJP), yaitu Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*. Pada poin F Surat Edaran ini, dijelaskan bahwa “Ketentuan yang pelaksanaan yang diberlakukan terhadap wajib pajak pedagang konvensional juga diberlakukan bagi wajib pajak yang melakukan Transaksi *E-Commerce*”. Secara lebih singkat dapat dikatakan bahwa pemungutan pajak terhadap transaksi perdagangan melalui media *E-Commerce* dilakukan sama seperti kebijakan pemungutan pajak terhadap wajib pajak pedagang konvensional. Selain itu, dalam poin G Surat Edaran ini disebutkan mengenai ketentuan Pajak Penghasilan yang diterima atau diperoleh dari Transaksi *E-Commerce*. Dan dalam poin H Surat Edaran ini disebutkan mengenai ketentuan Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah atas transaksi perdagangan melalui media *E-Commerce*.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sudah menyiapkan aplikasi khusus mengenai pemungutan pajak atas transaksi yang dilakukan secara online, khususnya dengan memanfaatkan media *E-Commerce*, yaitu API (*Application Program Interface*). Aplikasi ini dapat digunakan dalam menghitung, menyetor dan melapor pajak secara online dan mudah di dalam satu aplikasi terpadu. Dengan adanya aplikasi ini, diharapkan dapat membantu para pelaku usaha khususnya bisnis online untuk dapat menjalankan kewajibannya sebagai salah satu wajib pajak di Indonesia. Adapun penghasilan yang dimaksud adalah, penghasilan yang didapatkan dari berbagai aktivitas seperti penjualan produk, *royalty* atas suatu produk, serta bunga yang diterapkan dari suatu sistem pembayaran secara online. Media *E-Commerce* seakan suatu jawaban atas permasalahan yang diderita oleh para pelaku usaha yang baru memulai suatu bisnis dengan modal yang sedikit, yang mana pelaku usaha tersebut dapat tetap menawarkan produknya tanpa perlu mempunyai toko-toko yang besar untuk menampung produknya. Penawaran produk dapat dilakukan melalui berbagai platform *E-Commerce* dan sosial media yang dapat dioperasikan dari rumah dan hanya dengan bantuan *smart phone* dan jaringan internet yang memadai. Jangkauan pemasaran produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha online sangatlah luas, baik nasional hingga internasional. Jadi kemungkinan suatu produk tidak terjual menjadi lebih sedikit karena jangkauan pemasaran produk sangat luas.

Upaya pemungutan pajak bagi para pelaku usaha yang melakukan transaksi perdagangan secara online dengan memanfaatkan media *E-Commerce* dapat

dilakukan dengan dua cara yaitu pemungutan Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penghasilan yang dihasilkan dari adanya transaksi perdagangan produk-produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha online kepada konsumennya. Upaya pemungutan pajak ini dapat dikatakan masih dalam suatu skala yang kecil dan tidak sesuai dengan besarnya keseluruhan transaksi yang dilakukan melalui media *E-Commerce* (Suryani, 2019).

Negara Indonesia data ini belum mempunyai aturan yang secara khusus mengatur mengenai pajak penghasilan bagi aktivitas perdagangan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan media *E-Commerce*. Pada dasarnya, transaksi perdagangan atau jual beli yang dilakukan dengan media *E-Commerce* tidak jauh berbeda dengan pola transaksi jual beli atau perdagangan yang dilakukan secara konvensional. Perbedaan kedua pola transaksi tersebut dapat ditemukan dalam sistem pembayaran yang dilakukan secara online serta pemesanan produk yang dilakukan secara virtual tanpa adanya tatap muka. Adapun penghasilan yang diperoleh dari usaha perdagangan secara online tersebut tidak berbeda dengan penghasilan yang diperoleh dari kegiatan atau jenis pekerjaan lainnya, yang menjadi pembeda hanyalah pada media yang digunakan untuk memperoleh penghasilan, yaitu melalui media online. Sehingga berdasarkan hal tersebut, penghasilan yang didapatkan dari transaksi jual beli secara online tersebut dapat dikenakan Pajak Penghasilan (PPH) Pasal 21, jika penghasilan yang diterima oleh pelaku usaha telah melewati Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) yaitu Rp. 4.500.000,00 per bulan. Penerapan pajak penghasilan dalam transaksi elektronik atau melalui media *E-Commerce* secara normatif sama dengan penerapan pajak penghasilan dalam transaksi yang dilakukan secara langsung atau *offline*.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh) tidak menyebutkan mengenai perbedaan sumber tambahan kemampuan ekonomi wajib pajak, yang menjadi objek dalam pajak penghasilan. Objek pajak penghasilan sebagaimana diatur dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Pajak Penghasilan adalah Penghasilan. Penghasilan yang dimaksud adalah setiap tambahan kemampuan ekonomi yang diterima atau diperoleh oleh wajib pajak baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh) menganut prinsip pengenaan pajak atas penghasilan dalam pengertian yang luas. Adapun konsekuensi dari prinsip tersebut adalah setiap tambahan kemampuan ekonomi yang diterima atau diperoleh wajib pajak dari manapun asalnya yang dapat dipergunakan untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak tersebut termasuk kategori penghasilan yang dapat dikenakan Pajak Penghasilan apabila telah melewati batas minimal Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP).

Pengertian penghasilan yang termuat dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan tidak membedakan adanya penghasilan yang berasal dari sumber tertentu, tetapi lebih memperhatikan pada penghasilan yang lebih luas yaitu

tambahan dalam hal kemampuan ekonomi yang dapat digunakan oleh wajib pajak serta dapat digunakan untuk memperkaya kekayaan wajib pajak yang bersangkutan. Ukuran yang digunakan adalah tambahan kemampuan ekonomi yang diterima oleh wajib pajak dari aktivitas atau pekerjaan yang telah dilakukan. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa pajak penghasilan yang dapat dikenakan oleh pemerintah kepada para pelaku usaha online, khususnya bagi para pelaku usaha yang memanfaatkan media *E-Commerce* adalah Pajak Penghasilan PPh Pasal 21, dengan syarat bahwa wajib penghasilan wajib pajak tersebut telah melewati batas minimal Penghasilan Tidak Kena Pajak, yaitu sebesar Rp. 4.500.000,00 (empat juta lima ratus ribu rupiah) per bulan. Jika penghasilan yang diperoleh wajib pajak dalam transaksi jual beli atau perdagangan secara online melebihi minimal Penghasilan Tidak Kena Pajak, maka wajib pajak wajib untuk memiliki NPWP dan membayar pajak sesuai ketentuan yang berlaku (Cahyadi, 2018).

Selain pajak penghasilan, dalam kegiatan atau transaksi perdagangan yang dilakukan dengan memanfaatkan media *E-Commerce* juga dapat dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak tidak langsung yang pemungutannya dilakukan atas penyerahan barang dan jasa, yang mana penyerahan barang dan jasa inilah yang menjadi obyek Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Jenis pajak ini merupakan jenis pajak tidak langsung yang paling populer digunakan di dunia dengan dianut oleh lebih dari 150 negara di seluruh dunia. Ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam pemungutan Pajak Pertambahan Nilai, yaitu obyek pemungutan pajak, jangkauan transaksi yang dilakukan, waktu pemungutan pajak, nilai pajak yang dipungut, pihak yang mempunyai kewenangan untuk melakukan pemungutan pajak, mengenai tempat pemungutan pajak serta proses pengawasan dan penegakan hukum yang akan dilakukan (Lim, 2018).

Kebijakan pemungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media *E-Commerce* mulai diberlakukan pada tanggal 1 Desember 2020. Dasar dari pengenaan PPN ini adalah Pasal 1 angka 17 UU PPN. Dengan adanya kebijakan ini, maka berdampak sangat besar bagi para pelaku usaha, yang mana pelaku usaha yang menawarkan produknya melalui media *E-Commerce* diwajibkan mencantumkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap produk yang dijualnya kepada konsumen atau pembeli di Indonesia. Adapun besaran Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang dimaksud adalah sebesar 10% dari harga sebelum kena pajak. Selain menambahkan pajak sebesar 10% dari harga jual sebelum kena pajak, para pelaku usaha juga diwajibkan untuk mencantukannya dalam *invoice* yang diterbitkan. Secara lebih singkat dengan adanya kebijakan ini berarti bahwa pihak pembeli atau konsumen yang melakukan transaksi melalui media *E-Commerce* harus membayar PPN sebesar 10% dari harga sebelum pajak, dan berhak untuk menerima *invoice* yang menjadi bukti pungutan PPN atas transaksi jual beli yang telah dilakukan.

Dengan adanya kebijakan pemungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), maka pengelolaan pungutan PPN atas transaksi yang dilakukan di marketplace dapat memberikan suatu kerumitan tersendiri, khususnya bagi pelaku usaha. Hal

tersebut disebabkan oleh, adanya kewajiban untuk menunjukkan harga sebelum kena PPN dan sesudah kena PPN, nominal PPN yang dipungut terhadap produk, menerbitkan *invoice* untuk konsumen, serta membayar PPN yang dipungut dan melaporkannya kepada Direktorat Jendral Pajak (DJP). Adapun mekanisme pelaporan pajak khususnya PPN telah mengalami perubahan karena terdampak implementasi e-Faktur 3.0. Dalam menghadapi permasalahan tersebut, pengelolaan PPN dan pembuatan *invoice* dapat dipermudah dengan adanya layanan e-Faktur Online Pajak. Dengan adanya e-Faktur Online Pajak diharapkan wajib pajak dapat menjalankan kewajibannya sebagaimana mestinya dan dapat memberikan suatu kemudahan bagi wajib pajak untuk melakukan pengelolaan PPN serta pembayaran pajak lainnya (Lathifa, 2020).

Jadi dapat dikatakan bahwa jenis pajak yang dapat dikenakan atau dilakukan pemungutan pajak adalah jenis Pajak Penghasilan dan jenis Pajak Pertambahan Nilai. Dengan adanya kebijakan pemungutan pajak ini, diharapkan dapat menambah pendapatan negara dari sektor pajak, khususnya pajak dari transaksi perdagangan secara online dengan memanfaatkan media *E-Commerce*.

Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui Media *E-Commerce* Di Indonesia

Dengan meningkatnya transaksi *E-Commerce* memiliki dampak positif bagi perekonomian negara. Hal tersebut dinyatakan oleh Gubernur Bank Indonesia (BI) Agus Martowardojo menyatakan bahwa peningkatan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi mampu mendorong pertumbuhan di atas pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melakukan penegasan berkaitan *E-Commerce* dengan mengeluarkan SE-62/PJ/2013 tanggal 27 Desember 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*, yang menyatakan tidak ada pajak baru dalam transaksi *E-Commerce*. Oleh karena itu penjual atau pembeli dapat dikenakan pajak sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Adapun potensi perpajakan yang muncul dari transaksi online dapat dari jenis pajak Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh). Pajak atas transaksi *E-Commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua wajib pajak baik konvensional maupun *E-Commerce*. Dengan demikian maka peningkatan transaksi *E-Commerce* maka sewajarnya sebanding dengan peningkatan pajak dari Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penghasilan (PPh).

Adapun implementasi kebijakan pemungutan pajak atas transaksi perdagangan melalui media *E-Commerce* di Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* Yang Terjadi Pada PT Bukalapak.Com

Bukalapak.com diketahui bahwa perusahaan tidak melakukan penerapan atau ketentuan khusus bagi pengguna aplikasi Bukalapak, hal tersebut mengacu pada sistem perpajakan yang dilakukan di Indonesia yaitu *self assessment*. Dalam sistem tersebut wajib pajak diberi wewenang oleh

otoritas pajak untuk menghitung, membayar dan melapor sendiri atas kewajiban perpajakannya. Pada SE-62/PJ/2013 juga menyatakan penerapan ketentuan perpajakan atas transaksi *E-Commerce* sama dengan ketentuan perpajakan umumnya. Oleh karena itu PT Bukalapak.com tidak memberikan ketentuan atau syarat khusus, termasuk terhadap Warga Negara Asing yang berjualan dalam aplikasi Bukalapak.

PT Bukalapak.com memiliki pandangan bahwa kewajiban perpajakan merupakan kewajiban individu setiap wajib pajak, sehingga tidak menerapkan ketentuan khusus hal tersebut juga dilakukan dalam semua platform *marketplace* dalam asosiasi. Maka berdasarkan teori atribusi hal tersebut berkaitan dengan nilai Konsensus, dimana orang lain menunjukkan perilaku yang sama. Dalam hal ini PT Bukalapak.com melakukan hal yang sama dengan anggota asosiasinya. Menurut PT Bukalapak.com kurangnya pengetahuan perpajakan atas kewajiban perpajakannya menyebabkan kurang berhasil dalam memaksimalkan pembayaran pajak atas transaksi *E-Commerce*.

Belum cukup berhasil ketentuan tersebut dalam memaksimalkan pajak jika dikaitkan dengan teori atribusi, maka dalam teori tersebut menyatakan bahwa setiap individu adalah seorang ilmuwan yang berusaha untuk memahami dan mengerti perilaku orang lain melalui pengumpulan informasi hingga dapat memperoleh penjelasan yang masuk akal mengenai sebab-akibat perilaku orang lain tersebut. Dengan demikian bahwa kurangnya informasi perpajakan yang diterima oleh masyarakat dapat menyebabkan kurangnya kesadaran terhadap kewajibannya.

PT Bukalapak.com memiliki inisiatif untuk menjadi mitra otoritas perpajakan dengan mengajukan diri sebagai ASP, sehingga pelaporan pajak dan pembayaran pajak dapat dilakukan melalui aplikasi Bukalapak. Ketika dapat dilakukan dalam aplikasinya maka Bukalapak dapat mendorong para penjual dalam aplikasinya untuk melakukan pelaporan dan pembayaran pajak mereka. Sehingga membantu otoritas perpajakan dalam Sosialisasi kepatuhan perpajakan kepada Wajib Pajak.

PT Bukalapak.com menawarkan diri dalam sosialisasi terhadap para pengguna aplikasi Bukalapak juga mengajukan diri untuk dapat menjadi ASP agar dapat melaporkan dan membayarkan perpajakan melalui aplikasi Bukalapak. Dalam teori atribusi hal yang mendorong PT Bukalapak.com dalam melakukan tingkah laku tersebut dapat didorong oleh kewajiban (perasaan harus melakukan sesuatu) dan diperkenankan (diperbolehkan melakukan sesuatu). Yang berusaha melalui online tidak memiliki NPWP. Penerapan SE-62/PJ/2013 di Indonesia yaitu kemauan masyarakat atau Wajib Pajak dalam melaksanakan ketentuan perpajakan terkait dengan persepsi terhadap pajak itu sendiri, sentimen negatif yang terdapat dalam hasil kuesioner menunjukkan persepsi masyarakat terhadap perpajakan. Ketika masyarakat belum memiliki pemahaman yang benar karena kurangnya informasi, mengakibatkan rendahnya kesadaran terhadap

perpajakan. Hal tersebut merupakan sebab-akibat yang terdapat dalam “*causal attribution*” (Leonardo & Tjen, 2020).

2. Implementasi Pemenuhan Asas Pemungutan Pajak Atas Pajak *E-Commerce* Di Indonesia

Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah dan Pajak Penghasilan atas transaksi perdagangan dalam negeri melalui *E-Commerce* pada pasal 4 dan pasal 5 menyatakan bahwa yang wajib memungut, menyetor dan melaporkan adalah penyedia platform *marketplace*. Regulasi perpajakan dalam PMK 210/2018 ini merupakan upaya pemerintah melakukan perluasan basis wajib pajak melalui *profiling* wajib pajak pada *pelaku E-Commerce*. *Profiling* lebih diprioritaskan pada *pelaku E-Commerce* di *marketplace*. Hal ini dikarenakan platform *marketplace* lebih mudah diukur dan dimonitor dibandingkan platform - platform media sosial. Sedangkan platform penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 80 persen. Dimana jumlah *pelaku E-Commerce* melalui platform *marketplace* lebih sedikit dibandingkan melalui media sosial. Sehingga upaya *profiling* dan memperluas basis pajak dari *merchant* dan pedagang yang notabene pengusaha mikro berpotensi sulit tercapai. Maka asas ekuualitas dan menyamakan level *playing field* antara sistem perdagangan online dan *E-Commerce* tidak akan tercapai. Selain itu jika regulasi tidak efektif diterapkan untuk semua platform *E-Commerce* dapat menimbulkan *unequal playing field* diantara platform *marketplace* dan media sosial.

Asas *certainty* dalam PMK 210/2018, dimana objek peraturan tersebut adalah transaksi perdagangan yang terkait dengan platform *marketplace* (pasar), baik di pihak penyedia jasanya maupun para pelapak dan pembelinya. Sementara itu, untuk transaksi di platform lain, seperti di *online retail*, *classified ads*, *daily deals*, belum diatur. Transaksi pada ketiganya masih mengacu pada Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan PPh atas Transaksi *E-Commerce*. Transaksi *E-Commerce* melalui media sosial seperti Facebook, Twitter atau Instagram, juga belum diatur. Perlakuan perpajakan (PPh, PPN, PPnBM) untuk *online retail*, *classified ads*, *daily deals*, dan media sosial hanya disebut dilaksanakan sesuai ketentuan peraturan perpajakan. PMK ini juga tidak mengatur transaksi antara pengguna dan penyedia media sosial, termasuk mesin pencari. Misalnya, pemasangan iklan di Facebook, Google atau Youtube. Pemasangan iklan tersebut selama ini masih lolos dari ketentuan perpajakan, meski nilainya sangat besar. Walaupun tak ada jenis pajak baru di dalam PMK ini menimbulkan kebingungan terutama dari para pelapak yang notabene masuk kategori usaha mikro, kecil, dan menengah. Mereka berpikir akan terkena pajak setelah PMK ini terbit. Regulasi perpajakan dalam PMK 210/2018 terkait kewajiban penyerahan NPWP dan NIK dalam upaya perluasan basis pajak bukan merupakan sarana satu-satunya. Perluasan basis pajak di era revolusi industri 4.0 harus menciptakan

equal treatment antara platform *marketplace* dan media sosial. Perluasan basis pajak di era 4.0 dapat dilakukan melalui akses rekening dibank, edukasi masyarakat, menerbitkan peraturan lanjutan terhadap mekanisme pelaku *E-Commerce*, insentif serta stimulus bagi pelaku *E-Commerce*, skema PPN final dengan tarif lebih rendah dari tarif normal, kebijakan waktu berlakunya pajak *E-Commerce* bagi *infant industry*. Penerapan PMK 210/2018 masih belum sejalan dengan (Perpres) No. 74/2017 (Rahayu H. A., 2019).

Kesimpulan

Kebijakan pemungutan pajak adalah kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam upaya untuk menambah pendapatan negara. Pajak merupakan kewajiban wajib pajak atau kontribusi wajib pajak kepada negara yang bersifat memaksa dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, melainkan pajak tersebut biasanya dialokasikan pada pembangunan fasilitas umum dan kepentingan pemerintahan suatu negara. Dengan adanya kebijakan mengenai pemungutan pajak atas transaksi perdagangan yang dilakukan secara online, diharapkan adanya suatu kesadaran wajib pajak untuk menjalankan kewajibannya. Adapun jenis pajak yang dapat dikenakan atau dilakukan pemungutan pajak adalah jenis Pajak Penghasilan (PPh) dan jenis Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Dengan adanya kebijakan pemungutan pajak ini, diharapkan dapat menambah pendapatan negara dari sektor pajak, khususnya pajak dari transaksi perdagangan secara online dengan memanfaatkan media *E-Commerce*.

Pemerintah melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melakukan penegasan berkaitan *E-Commerce* dengan mengeluarkan SE-62/PJ/2013 tanggal 27 Desember 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*, yang menyatakan tidak ada pajak baru dalam transaksi *E-Commerce*. Oleh karena itu penjual atau pembeli dapat dikenakan pajak sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Adapun potensi perpajakan yang muncul dari transaksi online dapat dari jenis pajak Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh). Pajak atas transaksi *E-Commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua wajib pajak baik konvensional maupun *E-Commerce*. Dengan demikian maka peningkatan transaksi *E-Commerce* maka sewajarnya sebanding dengan peningkatan pajak dari Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penghasilan (PPh).

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyadi, A. (2018). KEBIJAKAN OPTIMALISASI PAJAK PENGHASILAN DALAM KEGIATAN *E-COMMERCE*. *VeJ Volume 4*, 364.
- Lathifa, D. (2020, Desember 01). *Pajak Marketplace: Kebijakan Pungutan PPN dalam Transaksi E-Commerce*. Retrieved April 13, 2021, from Pajak: <https://www.online-pajak.com/tentang-ppn-efaktur/pajak-marketplace>