

ANALISIS PENGENAAN PAJAK PADA PELAKU *E-COMMERCE*

Dea Cindi Amelia Ginting^{1*}, Muhammad Irwan Padli Nasution²,
Sri Suci Ayu Sundari³

^{1,2,3}

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: ¹⁾ deacindigt25@gmail.com, ²⁾ irwanst@uinsu.ac.id, ³⁾ sucisundari@uinsu.ac.id

Abstract

In Indonesia, the use of information technology in business is growing rapidly. One of the impacts of technological advances is e-commerce. E-commerce allows customers to buy at smart brokers more conveniently. However, the rise of e-commerce raises concerns about how e-commerce businesses should be taxed. The tax base of e-commerce businesses is examined in this study. This study aims to analyze the analysis of tax imposition on e-commerce actors. The research method used in this study is the normative legal research method. The legal analysis is based on Regulation of the Minister of Finance of the Republic of Indonesia Number 210/PMK.010/2018 concerning Market Platform Providers and VAT NPWP. Legal basis for taxing online retailers. As a result, the implementation of tax collection on e-Commerce actors has not been efficient. According to Regulation Number 210/PMK issued by the Minister of Finance of the Republic of Indonesia. PMK 010/2018 Obligation to pay income tax in excess of non-taxable income in connection with tax procedures or procedures for carrying out online transactions through electronic systems. However, there are still many taxpayers who do not pay or avoid income tax. This problem is caused by non-compliance and lack of understanding of tax law in Indonesia.

Keywords: Business Players, E-commerce, Tax

Abstrak

Di Indonesia, penggunaan teknologi informasi dalam bisnis berkembang pesat. Salah satu dampak kemajuan teknologi adalah *e-commerce*. *E-commerce* memungkinkan pelanggan untuk membeli di broker pintar dengan lebih nyaman. Namun, munculnya *e-commerce* menimbulkan kekhawatiran tentang bagaimana bisnis *e-commerce* harus dikenakan pajak. Basis pajak bisnis *e-commerce* diperiksa dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis analisis pengenaan pajak pada pelaku *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian hukum normatif. Analisis hukum didasarkan pada Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Penyedia Platform Pasar dan PPN NPWP. Landasan hukum untuk memajaki pengecer online. Hasilnya, pelaksanaan pemungutan pajak terhadap pelaku *e-commerce* belum efisien. Menurut Peraturan Nomor 210/PMK yang dikeluarkan oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia. PMK 010/2018 Kewajiban membayar PPh melebihi penghasilan tidak kena pajak sehubungan dengan prosedur perpajakan atau prosedur pelaksanaan transaksi online melalui sistem elektronik. Namun, masih banyak wajib pajak yang tidak melakukan pembayaran atau menghindari pajak penghasilan. Persoalan ini disebabkan oleh ketidakpatuhan dan kurangnya pemahaman terhadap hukum perpajakan di Indonesia.

Kata kunci: *E-commerce*, Pajak, Pelaku Usaha

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Dea Cindi Amelia Ginting

*E-mail: deacindigt25@gmail.com

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh teknologi internet. Kemajuan teknologi saat ini bertujuan untuk mengangkat harkat dan martabat manusia. Di Indonesia, perekonomian tumbuh cukup pesat. Fenomena pandemi COVID-19 yang melanda masyarakat internasional membatasi semua kegiatan tatap muka dan kegiatan sosial (SARA et al., 2020; Uğur & Akbıyık, 2020). Hal ini menyebabkan banyak toko dan kantor tidak dapat beroperasi secara offline. Menurut Desmaryani (2017); Nestle et al. (2019) “salah satu strategi bisnis yang dilakukan UKM adalah inovasi produk untuk meningkatkan penjualan di toko online di masa pandemi COVID-19 dan era new normal dan salah satu strategi bisnis yang dilakukan UKM adalah inovasi produk untuk meningkatkan penjualan di toko online di masa pandemi COVID-19 dan era normal baru”.

Dalam bisnisnya, pedagang dapat bertransaksi secara individu, melalui berbagai platform di media sosial, maupun melalui marketplace (O'Connor et al., 2020). Hasil Tran (2020) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan, kenyamanan, privasi, dan keamanan berpengaruh terhadap minat pengguna mobile commerce. Semakin tinggi privasi dan keamanan serta kemudahan dan kepercayaan dalam transaksi perdagangan melalui media elektronik, semakin meningkatkan minat pengguna (Bhatt & Bhatt, 2016). Marketplace sebagai perantara yang mempertemukan konsumen dan pedagang (Cruz et al., 2018).

Penggunaan internet yang cukup tinggi dan perkembangan *e-commerce* semakin pesat. Peningkatan penggunaan internet, menurut (Rao, 2000), menyebabkan peningkatan penjualan *e-commerce*, meskipun *e-commerce* mungkin memiliki efek merugikan pada perpajakan. Karena ekspansi pasar *e-commerce* yang sangat cepat, pajak *e-commerce* diterapkan di Indonesia pada 2019. Pemerintah kemudian melihat ini sebagai peluang untuk meningkatkan anggaran pendapatan negara yang bergerak cepat. Karena itu, pemerintah mengontrol bagaimana pajak *e-commerce* dinilai dan dipungut.

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Penyedia Platform Pasar dan PPN NPWP. Landasan hukum untuk memajaki pengecer online. Peraturan Pajak *E-commerce* memberlakukan transaksi *e-commerce* dengan kewajiban perpajakan yang sama dengan transaksi bisnis konvensional. Melalui peraturan ini, Pemerintah bertujuan untuk memberikan definisi dan kebijakan perpajakan yang jelas dalam transaksi *e-commerce*. Oleh karena itu, pelaku usaha *e-commerce* seperti ritel online, iklan baris, daily deals, dan media sosial akan dikenakan ketentuan terkait PPN, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), dan pajak penghasilan sebagaimana diatur dalam E- Peraturan

Pajak Niaga.

Penerapan 210/PMK.010/2018 dapat mengoptimalkan penerimaan pajak, karena dalam menangkap pengenaan pajak (Hernández et al., 2020). Shabrina et al. (2018) menjelaskan “kebijakan 210/PMK.010/2018 akan mewujudkan efisiensi, efektivitas, kepastian dan kemudahan dalam pemungutan pajak. Selain itu, pemerintah, penyedia platform, dan pedagang juga akan mendapatkan keuntungan dan insentif yang cukup besar jika kebijakan ini diterapkan”. Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini bertujuan untuk menganalisis analisis pengenaan pajak pada pelaku *e-commerce*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian hukum normatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini bersifat deskriptif dan memerlukan pengumpulan informasi dengan menggunakan data sekunder atau penelitian kepustakaan untuk menemukan sumber hukum primer, sekunder, dan tersier yang terkait dengan topik yang dibahas. Analisis hukum didasarkan pada Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Penyedia Platform Pasar dan NPWP PPN. Pembetulan hukum untuk memajaki pedagang online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik pembelian, penawaran untuk dijual, atau transfer barang, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer dikenal sebagai perdagangan elektronik (*e-commerce*). Perdagangan elektronik mengacu pada praktik menjalankan bisnis menggunakan program Internet, website, aplikasi handphone maupun dekstop, dan browser seluler. (Office, 1999)mendefinisikanperdagangan elektronik sebagai Pertukaran informasi berbasis jaringan elektronik antara bisnis, konsumen, atau sektor publik dan swasta di semua tahap rantai pasokan, baik sebagai imbalan pembayaran, barang, jasa, bantuan, atau pertimbangan lainnya.

Pengusaha tanpa sarana keuangan untuk membuat toko memiliki peluang yang luar biasa berkat keberadaan toko online, yang juga memungkinkan penjualan di seluruh dunia. E-commerce telah mengubah masyarakat secara signifikan dan mendasar, menjadikannya kegiatan ekonomi yang sangat menjanjikan bagi negara-negara di seluruh dunia. Dunia. Namun, insentif tersebut harus sesuai dengan peraturan untuk menjaga keseimbangan antara pengecer fisik dan internet..

Perhatian dan dukungan mutlak diperlukan untuk memastikan keberhasilan *e-commerce*. Ada berbagai cara di mana sudut pandang pajak *e-commerce* berbeda dari bisnis pada umumnya. Cara pembeli dan penjual berperilaku selama panggilan bisnis atau media adalah satu-satunya

perbedaan. Dibandingkan dengan bisnis *e-commerce* biasa, ini kurang menguntungkan bagi pengusaha. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah perpajakan *e-commerce*, pemerintah diharapkan mengadopsi undang-undang perpajakan bisnis online.

Penelitian terkait pajak layanan digital telah dilakukan oleh Zeng et al. (2012) menemukan bahwa ada banyak masalah pemungutan pajak atas *e-commerce* di China. Tidak hanya pemungutan pajak tetapi juga administrasi terkait dengan *e-commerce*. Permasalahannya adalah sistem hukum, menilai basis pajak, ketidakpastian objek pajak, dll. Penelitian mereka mencoba memberikan beberapa strategi pengembangan dari undang-undang dan peraturan yang terkait dengan perpajakan *e-commerce*, model administrasi pajak, standar *e-commerce* internasional, dan informasi yang berkaitan dengan pemungutan dan administrasi pajak.

Dalam penelitiannya, Yapar et al. (2015) menemukan perkembangan *e-commerce* dan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan *e-commerce* diperiksa. Pembelian dan penjualan melalui internet tanpa batas negara dapat menimbulkan masalah perpajakan. Seperti kesulitan dalam menentukan negara mana yang memiliki hak perpajakan, non-pajak dapat terjadi karena tidak adanya fisik, kebijakan perpajakan dan tarif pajak yang bervariasi, dan risiko perpajakan ganda. Negara belum menemukan solusi pasti. Jika kesepakatan telah dibuat untuk menyelesaikan masalah perpajakan, maka semakin banyak bisnis dan konsumen yang masuk ke pasar *e-commerce*. Dengan demikian, negara tidak akan mengalami kerugian pendapatan pajak karena transaksi *ecommerce* yang tidak kena pajak.

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Bisnis Melalui Sistem Elektronik (*E-commerce*) memuat pengaturan mengenai pajak *e-commerce* yang menyebutkan bahwa pemungutan PPN, PnBM dan PPh yang dihasilkan melalui bentuk perdagangan baik barang maupun jasa yang dilakukan melalui sistem elektronik, termasuk perdagangan elektronik, pengumuman, penjualan harian, dan media sosial, dilakukan sesuai dengan peraturan sistem perpajakan. Alhasil, tujuan pajak *e-commerce* adalah untuk memberikan pemeraataan wajib akan pembayaran pajak baik itu dari sektor bisnis tradisional atau manual maupun bisnis modern seperti bisnis elektronik.

Berdasarkan riset Paramitari et al. (2019), “pengenaan pajak atas transaksi *E-commerce* sama dengan transaksi perdagangan konvensional yang sesuai dengan peraturan perundangan mengatur ketentuan pajak *E-commerce* yaitu Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor. SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-commerce*”. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahayu & Putranto (2019b), “PMK No 210/2018

masih belum mencerminkan asas *equality* dan *certainty* pada *level playing field* antara sistem *e-commerce* dan pelaku *e-commerce*”. Dengan sistem withholding tax, profiling dapat dilakukan untuk meningkatkan basis wajib pajak. Penerbitan peraturan lanjutan tentang mekanisme pelaku *e-commerce*, insentif dan stimulus bagi pelaku *e-commerce*, skema PPN final dengan tarif lebih rendah dari tarif normal, dan kebijakan kapan pajak diterapkan untuk bisnis yang baru lahir semuanya cara untuk memperluas basis pajak di era 4.0. PMK 210/2018 masih belum dilaksanakan sesuai dengan (Perpres) No. 74/2017. Sehingga pemerintah Indonesia berhati-hati dan mempertimbangkan dengan hati-hati usulan untuk menerapkan undang-undang perpajakan kepada peserta pasar *e-commerce* yang menggunakan model c to c.

Ada cara lain untuk memperluas basis pajak selain aturan perpajakan dalam PMK 210/2018 yang mewajibkan penyampaian NPWP dan NIK. Pada periode revolusi industri keempat, platform media sosial dan marketplace harus diperlakukan sama melalui perluasan basis pajak. Rahayu & Putranto (2019a) menjelaskan bahwa “peningkatan akses ke rekening bank, edukasi masyarakat, mengeluarkan peraturan lanjutan tentang mekanisme pelaku *e-commerce*, memberikan insentif dan stimulus bagi pelaku *e-commerce*, menyelesaikan skema PPN dengan tarif lebih rendah dari tarif normal, dan kebijakan kapan pajak *e-commerce* berlaku untuk industri bayi semuanya dapat membantu memperluas basis pajak di era 4.0”. PMK 210/2018 masih belum sesuai dengan (Perpres) No. 74/2017 (Rahayu & Putranto, 2019a).

Ada beberapa aspek pemajakan *e-commerce* yang mirip dengan kegiatan bisnis pada umumnya. Menurut Pasal 9 Ayat 1 Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (ECommerce), penjualan barang dan jasa melalui sistem berbasis elektronik, seperti ritel online, iklan baris, daily deals, atau media sosial, akan dikenakan Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah, dan Pajak Penghasilan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Definisi atau batasan transaksi *E-commerce*, karakteristik barang dan/atau jasa yang menjadi subjek transaksi *E-commerce*, identitas dan lokasi pihak yang terlibat dalam transaksi *E-commerce*, pengaturan yang berkaitan dengan lintas batas Transaksi *E-commerce*, pertimbangan mekanistik, dan masalah mendasar, konseptual, dan operasional lainnya harus diatur secara khusus. Masih banyak Wajib Pajak yang memungkinkan untuk menghindari pembayaran pajak dari transaksi *E-commerce*, antara lain Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai (Paramitari et al., 2019).

Berdasarkan Permenkeu 210, ada dua cara untuk melakukan transaksi *e-commerce*:

melalui Platform Marketplace atau melalui Platform non-Marketplace berupa ritel online, iklan baris, daily deals, atau media sosial. Permenkeu 210 mengklarifikasi kewajiban perpajakan bagi para pihak dalam transaksi *e-commerce*. Misalnya, Penyedia Platform Marketplace harus memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (“NPWP”) dan Surat Pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak (“PKP”), yang terakhir ini tetap berlaku meskipun Penyedia Platform Marketplace memenuhi syarat sebagai usaha kecil berdasarkan ketentuan yang berlaku. regulasi Kemenkeu. Pedagang dan Penyedia Layanan wajib memberikan NPWP kepada Penyedia Platform Marketplace. Apabila Pedagang atau Penyedia Layanan belum memiliki NPWP, maka dapat memberikan Nomor Pengenal pribadinya kepada Penyedia Platform Marketplace. Permenkeu 210 lebih lanjut menegaskan bahwa Pedagang dan Penyedia Jasa wajib memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan tentang pajak penghasilan (Minister, 2018)

Semua PPN dan Pajak Barang Mewah yang terutang harus dipungut, disetor, dan dilaporkan oleh pedagang atau penyedia jasa yang telah dikukuhkan sebagai PKP dan yang memindahtangankan barang kena pajak atau jasa kena pajaknya secara elektronik melalui penyedia platform marketplace. Kemudian, sebagai bukti pemungutan PPN, mereka harus menerbitkan faktur pajak. Direktorat Jenderal Pajak kemudian meminta agar Penyedia Platform Marketplace menyampaikan rekapitulasi seluruh transaksi perdagangan yang dilakukan oleh Pedagang atau Penyedia Jasa melalui Penyedia Platform Marketplace (Minister, 2018).

KESIMPULAN

Potensi pertumbuhan toko online yang biasa disebut dalam bahasa bisnis *e-commerce* sangatlah besar di Indonesia. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah transaksi *e-commerce* dari tahun ke tahun. Tujuan dari perpajakan e-bisnis adalah untuk menciptakan pemerataan wajib akan pembayaran pajak baik itu dari sektor bisnis tradisional atau manual maupun bisnis modern seperti bisnis elektronik, untuk mencapai keseimbangan antara pengusaha e-bisnis dan pengusaha tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhatt, A., & Bhatt, S. (2016). Factors affecting customers adoption of mobile banking services. *The Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1).
- Cruz, A. G. B., Seo, Y., & Buchanan-Oliver, M. (2018). Religion as a field of transcultural practices in multicultural marketplaces. *Journal of Business Research*, 91, 317–325.
- Desmaryani, S. (2017). The Role of Regional Government in Growing Small and Medium

- Enterprises' Performance towards Creative Industry in Jambi Province. *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance*, 9(1), 159–169.
- Hernández, J. P. S.-I., Yañez-Araque, B., & Moreno-García, J. (2020). Moderating effect of firm size on the influence of corporate social responsibility in the economic performance of micro-, small-and medium-sized enterprises. *Technological Forecasting and Social Change*, 151, 119774.
- Minister, F. (2018). Minister of Finance Regulation No 210/PMK. 010/2018 about Taxation of E-Commerce Transactions. *Jakarta: Finance Ministry*.
- Nestle, V., Täube, F. A., Heidenreich, S., & Bogers, M. (2019). Establishing open innovation culture in cluster initiatives: The role of trust and information asymmetry. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 563–572.
- O'Connor, N., Lowry, P. B., & Treiblmaier, H. (2020). Interorganizational cooperation and supplier performance in high-technology supply chains. *Heliyon*, 6(3), e03434.
- Office, C. (1999). Modernising government. *London: The Stationery Office*.
- Paramitari, N. N. A., Widiati, I. A. P., & Suryani, L. P. (2019). Analisis Yuridis Pemungutan Pajak Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Analogi Hukum*, 1(1), 114–119.
- Rahayu, H. A., & Putranto, H. A. (2019a). *Pajak E-commerce di Indonesia*.
- Rahayu, H. A., & Putranto, H. A. (2019b). Penerapan hukum pajak dalam perkembangan E commerce Oleh di Indonesia. *Seminar Nasional Dan The 6th Call for Syariah Paper. Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 871–881.
- Rao, S. S. (2000). E-commerce: the medium is the mart. *New Library World*.
- SARA, I. M., SAPUTRA, K. A. K., & JAYAWARSA, A. A. K. (2020). Regulatory Impact Assessment Analysis In Traditional Village Regulations As Strengthening Culture In Bali. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 1(3), 16–23.
- Shabrina, Z., Yuliati, L. N., & Simanjuntak, M. (2018). The effects of religiosity, pricing and corporate image on the attitude and the Intention to use sharia micro financing. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 4(2), 197.
- Tran, Q. T. (2020). Corruption, agency costs and dividend policy: International evidence. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 76, 325–334.
- Uğur, N. G., & Akbiyik, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100744.
- Yapar, B. K., Bayrakdar, S., & Yapar, M. (2015). The role of taxation problems on the development of e-commerce. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 642–648.

Zeng, Y., Guo, X., & Huang, H. (2012). E-commerce tax collection and administration in China. *2012 International Conference on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering*, 3, 424–427.