

Tinjauan Hukum Pajak Tentang E-Commerce Di Indonesia

Overview Of Tax Law On E-Commerce In Indonesia

**Erni Darmayanti^{a,1}, Muhsin Lambok Ilvira^{b,2}, Siti Nurhalisa^{c,3}, Edy Kristianta Tarigan^{d,4},
Tiopan Siagian^{e,5}**

Fakultas Hukum, Universitas Potensi Utama^{a,b,c,d,e}
esindank@yahoo.com, helvetia.025@gmail.com, snurhalisa414@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang masih memiliki banyak potensi ekonomi yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan bagi warna negara. Di era pembangunan modern sekarang ini, perkembangan ekonomi Indonesia sudah berkembang pesat, dan pertumbuhan ekonomi ini bukanlah pembangunan ekonomi yang normal. Perkembangan ekonomi Indonesia modern ini didominasi oleh pesatnya perkembangan perusahaan e-commerce. Pasar e-commerce Indonesia banyak dinikmati oleh kalangan anak muda. Anak-anak muda Indonesia ini adalah pengambil risiko dan cenderung lebih kreatif. Pemuda Indonesia tidak takut mengambil resiko dan berani mengembangkan usahanya. Dulu e-commerce dianggap tidak menjanjikan bagi orang Indonesia, namun seiring berjalannya waktu, orang Indonesia lebih memilih untuk membeli, yang dianggap lebih nyaman. Pemerintah Indonesia berkembang sangat cepat sehingga perlu memantau pasar e-commerce secara ketat dan teratur. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia mulai memperkenalkan tarif pajak kepada perusahaan e-commerce Indonesia. Oleh karena itu, tujuan penulis menulis artikel ini adalah agar masyarakat Indonesia dapat lebih mengenal e-commerce dan para pembaca dengan pelaku bisnis e-commerce dapat mengetahui tentang bagaimana tinjauan hukum pajak di dalam industri e-commerce.

Kata Kunci: Hukum Pajak, E-commerce

ABSTRACT

Indonesia is a developing country that still has a lot of economic potential that can be used as a source of income for the country. In today's era of modern development, Indonesia's economic development has developed rapidly, and this economic growth is not a normal economic development. The development of the modern Indonesian economy is dominated by the rapid development of e-commerce companies. The Indonesian e-commerce market is widely enjoyed by young people. These young Indonesians are risk takers and tend to be more creative. Indonesian youth are not afraid to take risks and dare to develop their businesses. In the past, e-commerce was considered unpromising for Indonesians, but over time, Indonesians prefer to buy, which is considered more convenient. The Indonesian government is developing so fast that it needs to monitor the e-commerce market closely and regularly. Therefore, the Indonesian government began to introduce tax rates to Indonesian e-commerce companies. Therefore, the author's purpose in writing this article is so that the Indonesian people can get to know e-commerce better and readers with e-commerce business people can find out about how to review tax law in the e-commerce industry.

Keywords : Tax Law, E-Commerce

Disubmit: 12 April 2022

Info Artikel :
Direview: 18 Mei 2022

Diterima : 04 Juni 2022

Copyright © 2022 – Lex Justitia Journal. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Electronic e-commerce mengacu pada semua aktivitas perdagangan yang diproses melalui media elektronik. Televisi dan telepon tersedia, tetapi lebih banyak e-commerce terjadi secara online. Perkembangan teknologi, khususnya internet, mempengaruhi banyak bidang kehidupan, termasuk

perdagangan. Perdagangan itu berubah dalam proses jual beli produk dan pemasaran. Proses perdagangan ini biasa disebut dengan electronic commerce, atau singkatnya e-commerce¹. E-commerce juga dapat diartikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang dapat menyambungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk e-commerce dan pertukaran atau penjualan barang, jasa secara elektronik. Di Indonesia, pasar e-commerce berkembang sangat cepat sehingga pajak e-commerce baru diperkenalkan pada tahun 2019.

Bisnis e-commerce Indonesia juga tumbuh kuat dengan adanya pandemi sejak awal tahun 2020. Bisnis perdagangan berbasis online ini tumbuh sekitar 33% di tahun 2020, dan nilai unggulannya naik pesat di kisaran Rp253 triliun hingga Rp337 triliun. Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) memprediksi pertumbuhan e-commerce Indonesia akan meningkat lebih dari 40% pada tahun 2021. Peningkatan ini sejalan dengan pergeseran gaya hidup masyarakat ke digital dan kemajuan digitalisasi sistem pembayaran.

Sistem e-commerce yang semakin marak ternyata sangat menyadari potensi pajak pemerintah, dan tentunya tidak ingin menyia-nyiakan potensi pajak e-commerce tersebut. Transaksi e-commerce yang sudah mulai berpindah transaksi bisnis secara offline juga berdampak pada pengenaan pajak terhadap pengusaha e-commerce berupa pajak penghasilan dan juga mengenakan pajak pertambahan nilai dan perdagangan barang mewah. Dalam hal ini terkait dengan pajak, perdagangan yang biasanya dikenakan pajak juga harus dikenakan pajak atas transaksi komersial online.

Dengan diumumkannya Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor 62/PJ/2013 tentang Penegasan Kembali Pengenaan Pajak E-Commerce, Menegaskan bahwa Pengenaan Pajak Atas Transaksi E-Commerce selalu mengacu pada Undang-undang yang berlaku saat ini, Pajak peraturan perundang-undangan seperti undang-undang perpajakan umum, undang-undang pajak penghasilan dan undang-undang pajak pertambahan nilai dan produk mewah terbaru. Surat Edaran Dirjen Pajak mengacu pada pedoman yang dikeluarkan oleh Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) terkait e-commerce. Pada dasarnya, surat edaran tersebut menegaskan bahwa tidak ada pajak baru untuk transaksi e-commerce, pemungutan pajak untuk transaksi ini selalu mengacu pada peraturan perundang-undangan perpajakan.

Namun dari beberapa aspek menunjukkan bahwa transaksi e-commerce memiliki karakteristik yang berbeda dengan yang ada di pasar pada umumnya, dalam hal ini transaksi e-commerce mengacu pada prinsip kepercayaan. Bukan hanya soal prinsip kepercayaan, namun manfaat dan efisiensi transaksi e-commerce diharapkan dapat meningkatkan pendapatan finansial industri e-commerce dalam waktu yang relatif singkat. Dari pertimbangan tersebut, maka perlu dilakukan peninjauan kembali terhadap surat edaran Dirut tersebut.

¹ <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce/>,

1.2 Rumusan Masalah :

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Apa pengertian dari e-commerce?
- 2) Bagaimanakah pengaturan hukum pajak tentang e-commerce di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui pengertian e-commerce
- 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaturan hukum pajak di Indonesia.

1.3 Manfaat Penelitian

- 1) Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam hal pembentukan aturan-aturan hukum terkait dengan sistem perpajakan perdagangan secara elektronik (e-commerce) di Indonesia yang mampu kepentingan para pihak dan juga memberikan kepastian hukum.
- 2) Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi masyarakat dan pihak pemerintah dalam hal dunia perpajakan Indonesia terkait pemungutan pajak baik PPh maupun PPN sistem perdagangan online dan memahami pentingnya kesadaran wajib pajak ketika membayar pajak sebagai kontribusi untuk pembangunan.

Semoga tulisan ini dapat menjawab beberapa permasalahan dunia perpajakan Indonesia, khususnya terkait pemungutan pajak penghasilan dan pajak penjualan dalam e-commerce, serta membantu wajib pajak memahami pentingnya pajak yang berkaitan dengan pendapatan pemerintah. Pajak penghasilan dan pemungutan pajak penjualan online commerce. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk memahami mengapa mereka memungut pajak serta memberikan kepastian hukum saat memungut pajak di e-commerce.

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian E-commerce

E-commerce berasal dari bahasa Inggris, yaitu electronic commerce atau perdagangan elektronik. E-commerce juga mencakup proses promosi, pembelian, dan pemasaran produk. Hanya saja sistem perdagangan yang digunakan nya berbeda, yakni melalui media elektronik atau internet. E-commerce memproses seluruh proses perdagangan secara elektronik, mulai dari pemesanan produk hingga pertukaran dan transfer data². Jadi, secara garis besar, pengertian e-commerce ialah suatu proses

² <https://qwords.com/blog/pengertian-e-commerce/>

penjualan dan pembelian produk dan jasa yang dilakukan secara elektronik, terutama melalui jaringan komputer atau internet. Arti lain dari e-commerce adalah penggunaan pemrosesan digital teknologi informasi dan komunikasi dalam melakukan transaksi komersial untuk menciptakan, memodifikasi, dan mendefinisikan kembali hubungan baru antara penjual dan pembeli³

B. Hukum Pajak

Pajak merupakan bentuk iuran warga negara yang sifatnya dapat dipaksakan dan bila tidak dibayarkan akan terutang bagi wajib pajak yang belum membayarnya sesuai dengan peraturan. Pajak yang dikenakan kepada wajib pajak tidak mendapatkan prestasi kembali secara langsung namun dapat ditunjuk serta berguna untuk membiayai pengeluaran umum dalam pemerintahan.

Hukum pajak adalah satu produk hukum dan menjadi bagian dari ilmu hukum yang mengatur hak dan kewajiban perpajakan dari sisi pemerintah ataupun wajib pajak yang perlu dipatuhi dan dijalankan. Dengan demikian, hukum pajak tidak terlepas dari sanksi hukum sebagai konsekuensi agar pemerintah (fiskus) ataupun wajib pajak menaati peraturan pajak tersebut. Adapun, konsekuensi yang dimaksud ialah sanksi hukum berupa sanksi administrasi dan sanksi pidana.⁴

3. METODE

Metode ialah suatu cara kerja atau tata cara untuk memahami pokok bahasan yang dikemukakan oleh ilmu yang bersangkutan, sedangkan metode penelitian itu bertujuan untuk mengungkap kebenaran secara sistematis, metodologis dan konsisten, Metode penelitian hukum merupakan jenis penelitian yang teratur (sistematis)⁵

Metode penelitian yang digunakan dalam survei ini adalah metode normatif, yaitu penelitian kepustakaan yang sah dilakukan melalui penelusuran bahan pustaka atau data sekunder⁶ Sedangkan Analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif, yakni dengan menguraikan data secara bermutu yang dituangkan dalam bentuk kalimat yang runtun, konsisten, logis dan tidak tumpang tindih⁷

³ <https://www.pengertianku.net/2016/06/pengertian-e-commerce-secara-umum-dan-manfaatnya.html>

⁴ <https://www.pajakku.com>

⁵ Abdulkadir Muhammad, (2004), *Hukum dan Penelitian Hukum*, Cetakan ke – 1, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm .57.

⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, (2003), *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta, hlm. 13.

⁷ Abdulkadir Muhammad, (2004), *OP. Cit*, hlm .127.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pendapat Ahli tentang E-Commerce

1. Loudon (1998)

Menurut Loudon pengertian E-commerce yaitu suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.

2. Kalakota dan Whinston (1997)

Menurut Kalakota dan Whinston pengertian E-commerce adalah aktivitas belanja online dengan menggunakan jaringan internet serta cara transaksinya melalui transfer uang secara digital.

Keduanya meninjau pengertian E-commerce dari empat perspektif, yaitu:

Perspektif Komunikasi: Pengertian e-commerce adalah sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.

Perspektif Proses Bisnis; Defenisi E-Commerce adalah aplikasi dari sebuah teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.

Perspektif Layanan; E-Commerce adalah alat yang dapat memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (service cost) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

Perspektif Online: E-commerce menyediakan kemudahan untuk menjual dan membeli produk serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya.

3. Jony Wong

Menurut Jony Wong Pengertian E-commerce (Perdagangan Elektronik) yaitu pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik.

4. Vermaat

Menurut Vermaat pengertian e-commerce adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Dengan kata lain, siapapun yang memiliki jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan e-commerce.

5. David Baum

E-commerce ialah satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

6. Onno. W. purbo

E-Commerc ialah satu set dinamis teknologi, aplikasi, serta sistem usaha yang menghubungkan perusahaan, customer, serta komunitas tertentu lewat transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, serta informasi yang dilakukan dengan cara elektronik.⁸

B. Sejarah e-commerce

Berikut adalah sejarah peristiwa pertumbuhan e-commerce yang terjadi di dunia dan di Indonesia.

1. Sejarah e-commerce di dunia

Sejarah perkembangan e-commerce di dunia dimulai pada tahun 1962. Saat itu, seorang peneliti dari Amerika Serikat, Joseph Carl Robnett Licklider melakukan penelitian terkait jaringan. Selain itu, pada tahun yang sama, peneliti Massachusetts Institute of Technology (MIT), Lawrence G Robert, juga melakukan pencarian internet yang dihasilkan dari penelitian yang dilakukan oleh pemerintah AS. Awalnya, penelitian ini terbatas pada kalangan teknis instansi pemerintah, ilmuwan, dan peneliti akademis.

Kemudian berlanjut pada tahun 1970 adalah Electronic Funds Transfer (EFT) yang penerapannya saat itu masih terbatas pada perusahaan-perusahaan ternama. Kemudian ada Electronic Data Interchange (EDI) yang bergerak dari transaksi keuangan ke pemrosesan transaksi lainnya dan jumlah bisnis semakin meningkat. Pesatnya perkembangan teknologi terus berlanjut di tahun 90-an.

Di era berikutnya, aplikasi e-commerce dari berbagai perusahaan bermunculan. Saat itu terjadi komersialisasi internet dan maraknya dot-com atau startup internet. Pada awalnya e-commerce merupakan kegiatan bisnis yang hanya menggunakan transaksi komersial. Misalnya, mengirimkan berbagai e-commerce atau barang digital ke konsumen. Apalagi bertransaksi bisnis di Internet sudah menjadi kebiasaan banyak perusahaan dengan istilah terkenal “Web commerce” atau membeli produk melalui World Wide Web.

Sejarah e-commerce dimulai dengan berkembangnya website, e-commerce mulai dikenal masyarakat tepatnya pada tahun 1999. Saat itu banyak wartawan yang meramalkan bahwa e-commerce akan dapat menjadi sektor ekonomi baru. Sejak itu, dari tahun 1998 hingga 2000-an, banyak organisasi profesional dan perusahaan besar di AS dan Eropa telah mengembangkan situs web bisnis.

2. Sejarah e-commerce di Indonesia

Sementara di Indonesia, sejarah perkembangan e-commerce dimulai pada tahun 1996, ditandai dengan berdirinya Dyviacom Intrabum atau D-net sebagai pionir dalam transaksi online di Indonesia. Saat itu, media pertukarannya adalah pusat perbelanjaan online

⁸ <https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-e-commerce-menurut-para-ahli/>

yang dikenal dengan nama D-mall dan telah berhasil membangun sekitar 33 toko online. Ini adalah cikal bakal sejarah awal e-commerce.⁹

Produk yang mereka jual sangat beragam, mulai dari makanan, aksesoris, pakaian hingga furniture. Selain itu, Commerce Net Indonesia juga hadir sebagai Commercial Service Provider (CSP) pertama di Indonesia. Commerce Net Indonesia menyediakan berbagai fasilitas untuk jual beli online melalui Internet. Nantinya, Indonesia juga menjalin kerja sama dengan berbagai instansi yang membutuhkan e-commerce untuk melayani konsumen, seperti PT Telkom dan juga Bank Indonesia.

Selain itu, terdapat 7 website yang menjadi bagian dari Commerce Net Indonesia seperti Plasa.com, Interactive Mall 2009, Officeland, Kompas Cyber Media, Mizan Online Telecom Mall dan Trikomsel. Selain itu, terdapat implikasi dalam sejarah perkembangan e-commerce yang mengakui adanya etika dalam melakukan transaksi online di e-commerce. Pertama, gelombang pertumbuhan e-commerce inilah yang sangat penting dalam beberapa tahun terakhir. Kedua, perhatian harus diberikan pada masalah etika e-commerce, karena banyak orang tertarik menggunakannya sehingga bisnis mereka dapat berkembang. Pesatnya pertumbuhan e-commerce seiring dengan peran organisasi bisnis yang baik menjadikan e-commerce menjadi pilihan semua orang.

C. Jenis – jenis E-commerce

- 1) Business to business (B2B) adalah jenis e-commerce di mana satu bisnis menjual produk atau layanan ke bisnis lainnya. Dalam model e-commerce ini, pembeli sering memesan barang dalam jumlah besar. Contohnya adalah perusahaan yang membeli perlengkapan kantor dari produsen.¹⁰
- 2) Business to Consumer (B2C) Dalam jenis e-commerce ini, bisnis menjual produk atau layanan kepada konsumen. Secara umum, pelanggan e-commerce B2C hanya terlibat dalam industri ritel. Contoh: membeli sesuatu dari toko online.
- 3) Konsumen ke konsumen (C2C) kalian pernah menjual barang bekas kepada seseorang yang membutuhkan melalui Internet? Kegiatan tersebut termasuk dalam kategori e-commerce. Dengan kata lain, C2C adalah transaksi online antara dua orang.
- 4) Consumer to Business (C2B) tidak sama dengan B2C. C2B e-commerce adalah sistem di mana seseorang menjual produk atau layanan ke bisnis. Misalnya, desainer grafis menyediakan dan menjual logo untuk perusahaan makanan.
- 5) Business-to-Government (B2A) adalah model e-commerce yang mirip dengan B2B, tetapi penulisnya adalah perusahaan dan instansi pemerintah. Contoh B2A adalah layanan pembuatan website untuk sistem manajemen online.

⁹<https://donabisnis.com/sejarah-e-commerce/>

¹⁰ <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce/>

- 6) Konsumen untuk pemerintah (C2A) adalah jenis e-commerce yang bekerja seperti C2B. Namun, transaksi dilakukan oleh individu dan lembaga pemerintah. E-commerce dengan model C2A jarang ditemukan di Indonesia. Jenis transaksi yang terjadi biasanya berupa jasa.

D. Manfaat E-commerce

Perkembangan industri e-commerce di Indonesia sangat pesat. Dengan banyaknya pebisnis online, ada beberapa manfaat dari e-commerce yaitu sebagai berikut :

- 1) Jangkauan luas - Sebagai pemilik toko fisik, Anda hanya dapat menjangkau pembeli di area yang sama. Apakah Anda memiliki situs web e-commerce atau tidak, dampaknya akan bervariasi. Keuntungan pertama dari e-commerce adalah pembeli dari seluruh negeri dapat bertransaksi di toko Anda.
- 2) Tanpa Jam atau Tanpa Batas Waktu - Bisnis dunia nyata dapat dilakukan sepanjang waktu, tetapi biaya untuk mendukungnya sangat besar. Pembeli dapat mengunjungi toko dan berbelanja online bahkan saat mereka sedang tertidur lelap. Kelebihan dari e-commerce tentunya berguna disini untuk kita semua.
- 3) Biaya Rendah - Biaya menjalankan bisnis online jauh lebih rendah daripada toko fisik. Setidaknya Anda tidak perlu khawatir dengan gaji karyawan, sewa gedung, atau tagihan listrik.
- 4) Tidak perlu menyimpan barang dagangan sendiri - Anda bisa menjadi dropshipper. Metode pemasaran ini memungkinkan Anda untuk menjual saat kehabisan stok. Ketika pesanan tiba, cukup berikan ke produsen barang yang diinginkan.
- 5) Mudah menangani transaksi dan pengiriman - Dengan alat online, Anda tidak perlu khawatir tentang penanganan dan pengiriman barang Anda. Ada banyak layanan pembayaran elektronik berbeda yang diproses melalui Internet. Pengiriman juga dapat dilacak secara online.
- 6) Dapat Mempelajari Kebiasaan Pelanggan - Menjalankan bisnis online tanpa memahami perilaku pelanggan berarti membuang-buang investasi bisnis. Saat ini sudah banyak alat analisis yang dapat digunakan untuk memeriksa data dari toko online, seperti: Google Analytics.
- 7) Bekerja dari mana saja - Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, salah satu manfaat e-commerce adalah selalu dapat diakses. Oleh karena itu, Gramed.

E. Contoh e-commerce di Indonesia

1) Shopee

Shopee adalah salah satu contoh e-commerce di Indonesia yang dapat dengan mudah Anda jangkau melalui smartphone Anda. Shopee hadir sebagai website dan aplikasi yang menawarkan berbagai macam produk mulai dari kebutuhan rumah tangga, teknologi, mobil, dan lainnya. Menurut data dari responden studi Populix for Business, Shopee adalah platform e-commerce yang paling banyak diminta.

2) Tokopedia

Pastinya anda sudah mengetahui aplikasi e-commerce indonesia yang satu ini. Tokopedia adalah aplikasi jual beli milik PT. Dwitama didirikan pada tanggal 17 Agustus 2009. Hampir seperti Shopee, pilihan produk di Tokopedia juga sangat beragam. Menurut riset Populix, Tokopedia menempati urutan kedua dalam kategori terpopuler.

3) Lazada

Berbeda dengan Tokopedia, Lazada merupakan platform e-commerce yang didirikan di Singapura pada tahun 2011. Lazada mulai masuk dan bersaing di bidang e-commerce di Indonesia sejak Maret 2012.

4) Bukalapak

Platform e-commerce ini berdiri sejak 2010. Bukalapak meraih status unicorn pada 2017. Fitur dan produk yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan tempat lain. Selama ini Bukalapak telah menjadi wadah bagi jutaan pelapak.

5) Blibli

Blibli adalah bagian lain dari e-commerce Indonesia. Didirikan pada tahun 2011, Blibli menempati urutan keenam sebagai platform e-commerce terpopuler. Orientasi bisnisnya adalah B2B, B2C dan B2B2C.

F. Pengaturan Hukum Pajak Tentang E-commerce Di Indonesia

Secara umum pajak dapat diartikan sebagai pungutan yang harus dibayar kepada pemerintah atau negara. Pungutan itu nantinya akan kembali digunakan untuk kepentingan rakyat.¹¹ Misalnya pembangunan infrastruktur, pendanaan, dll. Mekanisme pemungutan pajak ini telah diatur dalam undang-undang. Salah satu sumber penerimaan negara terbesar adalah pajak. Oleh karena itu, negara terus berupaya untuk meningkatkan penerimaan pajak. Salah satu upaya tersebut adalah dengan mengenakan pajak pada e-commerce.

Pemerintah, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, terus memantau perkembangan sosial media dan internet yang sangat cepat, terutama saat membuka peluang usaha, sehingga mereka melihat orang media untuk menerbitkan informasi perpajakan, Ditjen Pajak juga menegaskan keberadaannya, sehingga

¹¹ <https://qwords.com/blog/pajak-e-commerce/>

dikeluarkan peraturan undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang transaksi yang terkait dengan e-commerce dalam pengenaan pajak atas Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha Tertentu (WP OPPT).

Seperti diketahui, sistem perpajakan kita didasarkan pada prinsip self- assessment. Artinya kesadaran diri. Jadi bukan hanya kewajiban pemerintah mengingatkan atau memberikan informasi lengkap terkait pajak, tetapi kesadaran hal ini juga sangat diperlukan dari masyarakat tanpa disadari. Upaya pemenuhan kewajiban pemerintah sangat sulit Termasuk penegakan UU No. 7 Tahun 2014 Transaksi terkait e-commerce saat memungut pajak WP OPT.

Oleh karena itu, baik pembeli maupun penjual dapat dikenakan pajak sesuai dengan undang-undang dan peraturan perpajakan yang ada. Bagi pemilik usaha kecil yang baru memulai, perlu memberikan sosialisasi dalam hal pemungutan pajak bisnis online di Indonesia. Pasalnya, aturan perpajakan e-commerce yang telah ditetapkan Sekda dalam Surat Edaran Menteri Luar Negeri Nomor SE06/PJ/2015 tentang pemotongan pajak dan/atau pajak penghasilan atas e-commerce masih tetap berlaku. Oleh karena itu, pemangku kepentingan toko online harus memahami dan mematuhi kewajiban perpajakan yang tertuang dalam peraturan tersebut.

G. Peraturan pajak e-commerce

Berikut ini beberapa peraturan pengenaan pajak terhadap e-commerce Indonesia, yaitu sebagai berikut :

1. Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang ketentuann umum dan tata cara perpajakan
2. Surat edaran direktur jenderal pajan Nomor SE/06/PJ/2013 tentang pemotongan atau pemungutan pajak penghasilan atas transaksi e-commerce
3. Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan

Pajak e-commerce ini berlaku untuk tiga kelompok, yaitu pedagang yang memperdagangkan barang dan jasa di marketplace, platform marketplace, dan e-commerce di luar pasar lainnya.

1. Peraturan perpajakan bagi pedagang barang dan jasa di marketplace

Poin-poin aturan di bawah ini berlaku untuk semua merchant yang produknya berupa barang atau jasa di marketplace. Aturan ini, tanpa kecuali, berlaku untuk pedagang kecil dan perusahaan mapan.

- 1) Mendaftar dan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- 2) Menyerahkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) ke marketplace dengan mengisi formulir yang disediakan.
- 3) Bayar kewajiban pajak Anda secara teratur, yaitu pajak penghasilan (PPh).
Pajak yang terutang adalah 0,5% dari total pendapatan atau omzet.
- 4) Aturan ini berlaku untuk pedagang dengan omset kurang dari 4,8 miliar per tahun.

- 5) Jika omzet pedagang mencapai 4,8 miliar per tahun, statusnya berubah menjadi Pengusaha Kena Pajak. Oleh karena itu, perusahaan wajib mengenakan pajak
- 6) Nilai Tambah (PPN) untuk setiap produk yang dijual. Jumlah PPN nya adalah 10% dari harga produk.

2. Peraturan perpajakan bagi perusahaan penyedia atau pemilik platform marketplace

Ketentuan pajak e-commerce ini dibebankan kepada perusahaan yang menawarkan platform sebagai pasar. Contohnya adalah perusahaan yang memiliki Shopee atau Tokopedia dan banyak marketplace lainnya. Berikut syarat dan ketentuan dalam menjalankan e-commerce sebagai wajib pajak:

- 1) Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Status Pengusaha Kena Pajak (PKP).
- 2) Memungut, membayar, dan melaporkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh) sehubungan dengan penyediaan platform atau lokasi penjualan barang dan jasa kepada pedagang.
- 3) Memungut, membayar, dan menyatakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh) terkait penjualan hasil produksi sendiri di pasar.
- 4) Laporan merangkum semua perdagangan yang telah dilakukan oleh semua pedagang di platform marketplace.

Penyedia platform marketplace adalah pihak yang memberikan fasilitas yang berfungsi sebagai electronic marketplace, dimana merchant dan penyedia jasa bagi pengguna platform dapat menawarkan barang dan jasa kepada calon pembeli.

Penyedia platform marketplace ternama di Indonesia antara lain Blibli, Bukalapak, Elevenia, Lazada, Shopee, dan Tokopedia. Selain perusahaan - perusahaan tersebut, pemain terkemuka di industri transportasi juga tergolong sebagai penyedia platform pasar.

3. Peraturan perpajakan untuk semua kegiatan e-commerce di luar marketplace .

Aturan ini berlaku bagi pengusaha yang memperdagangkan barang dan jasa melalui:

1) Online Ritel

Online ritel adalah bisnis retail yang memiliki website sebagai sarana penjualannya. Ritel merupakan bagian dari rantai pasok distribusi, dimana perjalanan barang dimulai dari produsen, grosir, pengecer hingga konsumen akhir.¹²

Selama proses perpajakan, ada beberapa hal yang perlu kita ketahui tentang ketentuan pajak ritel online, antara lain:

a) Objek pajak

¹² <https://ginee.com/id/insights/online-retail-adalah/>

Objek kena pajak dari pajak e-commerce ritel online ini adalah pendapatan dari penjualan barang dan penyediaan jasa. Namun, jika penghasilan dari penjualan barang atau jasa dikenakan pemotongan atau tunggakan pajak penghasilan, maka pemotongan atau tunggakan pajak penghasilan diperlukan.¹³

b) Subjek pajak

Sedangkan subjek pajak e-commerce ritel online ini adalah orang pribadi atau organisasi memperoleh penghasilan dari menjual barang atau menyediakan jasa. Dalam hal ini penjual barang atau penyedia jasa dalam proses bisnis ritel online contohnya adalah penyedia jasa ritel online.

c) Tarif

Bagi pelaku e-commerce, PPh dikenakan Pasal 17 apabila atas penghasilannya tidak dikenakan PPh final atau PPh Pasal 4 ayat 2, tetapi apabila wajib Pajak orang pribadi atau badan yang dianggap sebagai pihak yang memotong atau menarik, maka wajib Pajak harus melakukan pemotongan dan penarikan sesuai dengan peraturan dan prosedur yang berlaku.

2) Iklan Baris

Iklan baris adalah iklan yang mirip dengan iklan baris di media cetak. Bedanya, iklan baris ditampilkan di media elektronik atau digital. Iklan baris adalah media pemasaran paling populer di dunia digital.¹⁴

3) Daily Deals

Daily deals adalah kegiatan penyediaan wadah kegiatan komersial berupa website daily deal sebagai wadah bagi penjual day trading yang menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan voucher untuk pembayaran.¹⁵

4) Media Sosial

Media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunaanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya.¹⁶

Semua penjual ini wajib memungut Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atau Pajak Pertambahan Nilai (PPNBM) atas barang mewah. Selain itu, peritel non e-commerce juga harus membayar pajak penghasilan (PPh). Tarif pajak untuk e-commerce ini disosialisasikan oleh Direktorat Jenderal Pajak sebelum diberlakukan

¹³ <https://www.pajakku.com/read/5f6c7e3d271287758223905f/Pajak-Pada-E-Commerce>

¹⁴ <https://ginee.com/id/ads/insights/classified-ads-adalah/>

¹⁵ <https://www.online-pajak.com/tips-efiling/pajak-e-commerce-daily-deals#:~:text=Defisini%20daily%20deals%20merupakan%20kegiatan,menggunakan%20voucher%20sebagai%20sarana%20pembayaran>

¹⁶ <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>

H. Dasar Hukum Pemungutan Pajak E-commerce

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Republik Indonesia telah menerbitkan undang-undang perpajakan khusus untuk transaksi elektronik (e-commerce) atau toko online. Aturan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.210/PMK.010/2018 ini dijadwalkan mulai berlaku pada 1 April 2019.

Di dalam Undang-undang perpajakan tentang pemrosesan pajak perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) mengharuskan penyedia platform marketplace memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan diidentifikasi sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban untuk memverifikasi sebagai pengusaha kena pajak berlaku untuk penyedia platform marketplace, meskipun Anda memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil.

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No 210/PMK.010/2018 pasal 4 menyebutkan bahwa pedagang atau penyedia jasa wajib mengirimkan NPWP kepada penyedia platform marketplace. Dealer atau penyedia jasa yang menyediakan barang dan jasa secara elektronik (Transaksi Komersial E-Commerce) melalui penyedia platform pasar dalam hal pemenuhan kewajiban pajak penghasilan sesuai dengan ketentuan undang-undang di bidang pajak penghasilan.

I. Tujuan Penarikan Pajak E-commerce

Pemungutan pajak e-commerce dimaksudkan untuk membawa keadilan bagi semua wajib pajak, baik konvensional maupun e-commerce. Pada prinsipnya, tidak ada perbedaan antara e-commerce dan kewajiban wajib pajak untuk bisnis konvensional¹⁷

Jika Anda tidak menegakkan pajak transaksi pada e-commerce, Anda tidak akan dapat menegakkan prinsip-prinsip keadilan dalam penegakan hukum. apa yang terjadi ? Tentu saja, ketidakseimbangan persaingan antar pengusaha ini disebabkan oleh beban pajak yang tidak seimbang di antara para wajib pajak tersebut. Oleh karena itu, pajak e-commerce merupakan sarana pemerataan pendapatan masyarakat. Pendapatan pemerintah akan meningkat secara otomatis dengan e-commerce mencapai triliunan rupiah dan pemungutan pajak meningkat.

Mengingat pajak sebagai sumber pendapatan negara, pajak e-commerce pemerintah akan lebih kuat dalam mendanai kegiatan negara serta mengembangkan dan memperkuat infrastruktur negara. Jika pajak e-commerce tidak ditegakkan, pendapatan pajak pemerintah tidak maksimal.

¹⁷ <https://blog.investree.id/bisnis/pajak-e-commerce-informasi-manfaat-dan-fungsi/#:>

5. KESIMPULAN

E-commerce adalah proses perdagangan yang dilakukan oleh pembeli dan penjual saat melakukan jual beli berbagai produk secara elektronik antar perusahaan dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi business-to-business.

Pajak e-commerce adalah pajak yang terkait dengan transaksi sistem elektronik seperti pasar dan platform e-commerce. Pemerintah telah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Pajak Transaksi perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Pajak e-commerce ini berlaku untuk tiga kelompok, yaitu : penjual barang dan jasa di marketplace, platform marketplace dan e-commerce lainnya yang ada di marketplace.

Di dalam Undang-undang perpajakan tentang pemrosesan pajak perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) mengharuskan penyedia platform marketplace memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan diidentifikasi sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban untuk memverifikasi sebagai pengusaha kena pajak berlaku untuk penyedia platform marketplace, meskipun dia memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil.

REFERENSI

Buku :

- [1] Abdulkadir Muhammad, (2004), *Hukum dan Penelitian Hukum*, Cetakan ke – 1, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm .57.
- [2] Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, (2003), *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta, hlm. 13.
- [3] Abdulkadir Muhammad, (2004), *OP. Cit*, hlm .127.

Website :

- [4] <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce/>
- [5] [https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191008062632-37-105148/wow-ekonomi- digital-ri-capai-rp-560-t-disokong-startup](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191008062632-37-105148/wow-ekonomi-digital-ri-capai-rp-560-t-disokong-startup)
- [6] <https://qwords.com/blog/pengertian-e-commerce/>
- [7] <https://www.pengertianku.net/2016/06/pengertian-e-commerce-secara-umum-dan-manfaatnya.html>
- [8] <https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-e-commerce-menurut-para-ahli/>

-
- [9] <https://donabisnis.com/sejarah-e-commerce/>
- [10] <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce/>
- [11] <https://qwords.com/blog/pajak-e-commerce/>
- [12] <https://ginee.com/id/insights/online-retail-adalah/>
- [13] <https://www.pajakku.com/read/5f6c7e3d271287758223905f/Pajak-Pada-E-Commerce>
- [14] <https://ginee.com/id/ads/insights/classified-ads-adalah/>
- [15] <https://www.online-pajak.com/tips-efiling/pajak-e-commerce-daily-deals#:~:text=Defisini%20daily%20deals%20merupakan%20kegiatan,menggunakan%20voucher%20sebagai%20sarana%20pembayaran>
- [16] <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>