



TRANSAKSI PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK OLEH PELAKU USAHA E-COMMERCE DALAM MEMENUHI TARGET PENERIMAAN PERPAJAKAN

TRADE TRANSACTIONS THROUGH ELECTRONIC SYSTEM BY E-COMMERCE BUSINESS ACTORS IN THE FULFILLMENT OF TAX REVENUE TARGET

Johannes Johny Koynja

Fakultas Hukum Universitas Mataram

Email: johnykoynja@unram.ac.id

Sofwan

Fakultas Hukum Universitas Mataram

Email : sofwanfh@unram.ac.id

Rusnan

Fakultas Hukum Universitas Mataram

Email : rusnan74@yahoo.co.id

Erlies Septiana Nurbani

Fakultas Hukum Universitas Mataram

Emal : erlisseptiana.es@gmail.com

Abstract

Specific objectives and targets to be achieved from this research are to analyze how effective is the implementation of the Minister of Finance Regulation Number 210 / PMK.010 / 2018 concerning Tax Treatment of Trade Transactions Through Electronic Systems when applied to E-Commerce businesses. In addition to assessing amount state revenue target in the tax sector after the enactment of the Minister of Finance Regulation Number 210 / PMK.010 / 2018 concerning Tax Treatment of Trade Transactions Through Electronic Systems, including what are the procedures for imposing taxes on trade transactions through electronic systems as an effort to improve tax compliance from E-Commerce business actors in order to meet tax revenue targets. The method used is empirical-normative legal research, which begins with analyzing legal provisions applied to in-concreto legal events in trade transactions via electronic systems by E-Commerce business actors.s. It also analyzes secondary data (documentary materials) and primary data (field data), then examines using qualitative analysis. Conclusions is drawn based on logical thinking taken from the basic values contained in the principles of tax collection combined with theories, norms and provisions of taxation to answer problems related to trade transactions through electronic systems against E-Commerce business actors.

Keywords: *Trade Transactions, Electronic Systems, E-Commerce, Tax Revenues.*

Abstrak

Tujuan dan target khusus yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa efektifkah implementasi Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ketika diterapkan kepada pelaku usaha e-commerce. Disamping untuk mengkaji berapa besar target capaian penerimaan negara di bidang pajak setelah berlakunya Peraturan Menteri

Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, termasuk bagaimanakah tata cara dan prosedur pengenaan pajak terhadap transaksi perdagangan melalui sistem elektronik dalam upaya meningkatkan kepatuhan perpajakan dari pelaku usaha e-commerce dalam memenuhi target penerimaan perpajakan. Metode yang digunakan didasarkan pada jenis Penelitian hukum normatif empirik (*applied law research*), yaitu penelitian yang bermula dari ketentuan hukum positif tertulis yang kemudian diberlakukan pada peristiwa hukum *in concreto* pada kasus transaksi perdagangan melalui sistem elektronik terhadap pelaku usaha E-Commerce kaitannya dalam memenuhi target penerimaan perpajakan, untuk itu pula dibutuhkan data sekunder (bahan kepustakaan) dan data primer (data lapangan), selanjutnya menggunakan analisis kualitatif yaitu mengambil kesimpulan berdasarkan pemikiran logis yang diambil dari nilai-nilai dasar yang terkandung dalam asas-asas pemungutan pajak untuk kemudian menyusun teori dan norma-norma serta ketentuan-ketentuan peraturan perpajakan yang ditujukan untuk menjawab permasalahan terkait transaksi perdagangan melalui sistem elektronik terhadap pelaku usaha E-Commerce.

Keyword: *Transaksi Perdagangan, Sistem Elektronik, E-Commerce, Penerimaan Perpajakan.*

PENDAHULUAN

Saat ini industri *e-commerce* di Indonesia memang tengah bergairah. Menurut laporan yang dibuat oleh Google dan Temasek yang berjudul “*e-Conomy SEA 2018*,” bahwa besar pasar *e-commerce* di Indonesia pada 2018 lalu mencapai 12,2 miliar dolar Amerika Serikat. Berdasarkan laporan tersebut bahwa konsumen di Asia Tenggara akan semakin mengandalkan e-Commerce untuk membeli berbagai macam produk yang tidak tersedia di toko, sebagai dampak dari kurangnya jaringan ritel modern di luar kota-kota besar. Pertumbuhan industri *e-commerce* tersebut diprediksi akan naik lebih dari empat kali lipat pada 2025, mencapai 53 miliar dolar AS. Dalam hal ini, Indonesia memimpin jauh di atas negara-negara Asia Tenggara lainnya. Sebagai perbandingan, Thailand yang berada persis di bawah Indonesia ‘hanya’ memiliki besaran pasar senilai tiga miliar dolar AS, disusul oleh Vietnam dengan besaran pasar 2,8 miliar dolar AS¹.

Lebih lanjut, Pemerintah RI telah resmi memungut pajak terhadap pelaku usaha bisnis digital (*e-commerce*) atau mereka yang melaksanakan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik mulai 1 April 2019. Ketentuan pengenaan pajak ini pun telah terbit, yakni Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang penerapannya diharapkan adanya perlakuan yang setara antara pelaku usaha konvensional dan pelaku usaha *e-commerce*².

Sebelum ketentuan Peraturan Menteri Keuangan (Permenkeu) tersebut berlaku, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terus melaksanakan sosialisasi kepada para pelaku *e-commerce*, termasuk penyedia platform *Market Place* dan para pedagang yang

¹ Ign. L. Adhi Bhaskara, *Pemberlakuan Pajak untuk Toko Online: Tepatkah Waktunya?*, diakses 16 Januari 2019, <https://tirto.id/pemberlakuan-pajak-untuk-toko-online-tepatkah-waktunya-deuB>

² Agustina Melani, 2019, *Pajak e-Commerce Efektif Berlaku 1 April 2019*, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3870030/pajak-e-commerce-efektif-berlaku-1-april-2019>, diakses tanggal 14 April 2019

menggunakan platform tersebut. Penerapan pajak bagi pelaku usaha *e-commerce* dinilai sesuai dengan ketentuan yang sudah ada, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.

Dalam hal ini, pelaku usaha *e-commerce* (pedagang dan penyedia jasa atau pelapak) omzetnya tidak melebihi Rp 4,8 miliar untuk bisa memanfaatkan Pajak Penghasilan (PPH) Final UMKM 0,5 persen dari omzet. Selain itu, tidak wajib untuk menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan memungut Pajak Pertambahan Nilai (PPN) jika omzetnya tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam setahun. Ketentuan tersebut diharapkan mampu menciptakan keadilan dalam pengenaan pajak, disamping untuk meningkatkan kepatuhan dan mengajak pelaku usaha *e-commerce* berkontribusi dalam membangun negara lewat pembayaran pajak.

Pengaturan yang dimuat dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik semata-mata difokuskan pada tata cara dan prosedur pemajakan, yang dimaksudkan untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku usaha *e-commerce* demi menciptakan perlakuan yang setara dengan pelaku usaha konvensional. Hanya saja permasalahannya seberapa efektifkah implementasi Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik ketika diterapkan kepada pelaku usaha *e-commerce*? *Kemudian*, berapa besar target capaian penerimaan negara di bidang pajak setelah berlakunya Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik?

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, terdapat dua pertanyaan urgensi dalam penelitian ini, yaitu: **Pertama**, mengetahui seberapa efektifkah perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik ketika diterapkan kepada pelaku usaha *e-commerce* dalam memenuhi target penerimaan perpajakan? **Kedua**, bagaimanakah tata cara dan prosedur pengenaan pajak terhadap transaksi perdagangan melalui sistem elektronik dalam upaya meningkatkan kepatuhan perpajakan dari pelaku usaha *e-commerce* dalam memenuhi target penerimaan perpajakan?

Tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah bertujuan untuk mengkaji sejauhmana efektivitas perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik ketika diterapkan kepada pelaku usaha *e-commerce* dalam memenuhi target penerimaan perpajakan, serta tata cara dan prosedur pengenaan pajak terhadap transaksi perdagangan melalui sistem elektronik dalam upaya meningkatkan kepatuhan perpajakan dari pelaku usaha *e-commerce* dalam memenuhi target penerimaan perpajakan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif, yaitu mengkaji kaidah-kaidah hukum yang berlaku, asas-asas hukum, sinkronisasi terhadap peraturan perundang-undangan, filsafat hukum, sejarah hukum dan sosiologi hukum khususnya terkait mengenai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik terhadap Pelaku Usaha *E-Commerce* dalam memenuhi target penerimaan perpajakan.

Penelitian kepustakaan (*document research*) adalah suatu penelitian mengkaji kaidah-kaidah yang berlaku dan sinkronisasi terhadap peraturan perundang-undangan, khususnya terkait mengenai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik terhadap Pelaku Usaha *E-Commerce* kaitannya dalam memenuhi target penerimaan perpajakan. Teknik dan alat pengumpulann data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya adalah: untuk data sekunder (data kepustakaan), pengumpulan bahan penelitian dilakukan dengan cara melakukan penelusuran, pengumpulan dan studi dokumentasi terhadap bahan hukum primer dan sekunder yang dilakukan secara konvensional maupun melalui teknologi informasi (internet).

PEMBAHASAN

Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Regulasi mengenai perdagangan diatur dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang mendefinisikan perdagangan *sebagai sebuah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara* dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

Terkait konsep dari perdagangan elektronik (*electronic commerce*), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mendefinisikan sebagai perdagangan melalui sistem elektronik. Definisi perdagangan melalui sistem elektronik terdapat dalam Pasal 1 angka 24 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang berbunyi: *“Perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.”*

Konsep *“transaksi elektronik”* sesungguhnya merupakan istilah untuk perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Perbuatan hukum dalam pengertian transaksi elektronik sangatlah luas. Untuk itu, ruang lingkup transaksi elektronik dapat dilihat dalam Pasal 40 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang terdiri atas lingkup publik atau lingkup privat.

Pengaturan yang dimuat dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik semata-mata ditujukan pada tata cara dan prosedur pemajakan, yang dimaksudkan adalah untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong

kepatuhan perpajakan para pelaku usaha *e-commerce* demi menciptakan perlakuan yang setara dengan pelaku usaha konvensional.

Perlu untuk diketahui, bahwa yang dimaksud dengan penyedia platform *marketplace* adalah pihak yang menyediakan sarana yang berfungsi sebagai pasar elektronik. Dalam hal ini, pedagang dan penyedia jasa pengguna platform dapat menawarkan barang dan jasa kepada calon pembeli³. Selain perusahaan-perusahaan penyedia platform *marketplace*, pelaku *over the-top* di bidang transportasi juga digolongkan sebagai pihak penyedia platform *marketplace*.

Terkait definisi *transaksi elektronik* terdapat dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang kemudian dikenal sebagai “Undang-Undang ITE” yang menyebutkan bahwa *Transaksi Elektronik adalah setiap perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya*.

Penyelenggaraan transaksi elektronik dalam lingkup privat meliputi transaksi elektronik, yaitu: antar Pelaku Usaha; antara Pelaku Usaha dengan Konsumen; antar pribadi; antar instansi; dan antara instansi dengan Pelaku Usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Berangkat dari penyelenggaraan transaksi elektronik dalam lingkup privat sebagaimana yang telah dikemukakan di atas, perlu dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan “antar Pelaku Usaha” adalah transaksi elektronik dengan model transaksi *business to business*. Sementara yang dimaksud dengan “antar Pelaku Usaha dengan Konsumen” adalah transaksi elektronik dengan model transaksi *business to consumer*. Sedangkan yang dimaksud dengan “antar pribadi” adalah transaksi elektronik dengan model transaksi *consumer to consumer*⁴.

Terdapat banyak definisi untuk *e-commerce*. Istilah *e-commerce* merujuk pada semua bentuk transaksi komersial yang menyangkut organisasi dan individu yang didasarkan pada pemrosesan dan transmisi data yang didigitalisasikan, termasuk teks, suara, dan gambar. Menurut para ahli internasional, seperti ECEG-Australia (*Electronic Commerce Expert Group*), *e-commerce* adalah: “*is a broad concept that covers any commercial transaction that is effected via electronic means and would include such means as facsimile, telex, EDI, internet, and the telephone*”.

Berdasarkan pengertian yang diberikan ECEG-Australia tersebut, maka *e-commerce* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik, dalam pengertian tidak hanya media internet yang dimaksudkan, akan tetapi juga meliputi semua transaksi

³ Penyedia platform *marketplace* yang umumnya dikenal di Indonesia antara lain: Blibli, Bukalapak, Elevenia, Lazada, Shopee, dan Tokopedia.

⁴ Penjelasan Pasal 40 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

perdagangan melalui media elektronik lainnya seperti: Fax, EDI, telex, dan telepon⁵. R.E. Van Esch menyatakan bahwa *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai seluruh tindakan kebendaan yang dilaksanakan dengan cara yang lebih baik, efisien, dan efektif tentang pemasaran proses-proses pemasaran hasil produksi sebuah perusahaan⁶.

Lebih lanjut, Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapat David Baum menyebutkan bahwa pengertian *e-commerce* bahwa "*E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information*". E-Commerce merupakan 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 elektronik⁷.

Menurut ketentuan Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, menyebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Transaksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti, yaitu persetujuan jual-beli (diperdagangan) antara dua pihak. Pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa transaksi elektronik yang dimaksud disini adalah persetujuan jual-beli dalam perdagangan yang dilakukan antara dua/lebih pihak melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya dengan cara lebih baik dan efisien. Tidak ada batasan bagi konsumen untuk membeli produk lalu menjualnya kembali ataupun membeli suatu produk untuk dikonsumsi olehnya sehingga pengertian perdagangan yang tercantum dalam KUHD dan KUHPerdara berlaku untuk perdagangan elektronik (*e-commerce*)⁸.

Perdagangan Elektronik (*e-commerce*) memiliki dasar hukum jual-beli konvensional, maka perlu dikaji ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam jual-beli konvensional. Sebagai contoh dari hal tersebut adalah jual beli konvensional yang diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdara sampai dengan Pasal 1540 KUHPerdara. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa: *Pertama*, jual beli melalui elektronik (*e-commerce*) merupakan suatu perjanjian sehingga terhadapnya berlaku ketentuan perikatan dalam Buku III KUHPerdara; *Jual beli melalui elektronik (e-commerce)* merupakan perjanjian konsensual, yaitu sudah terbentuk sejak adanya kata sepakat mengenai barang dan harga; *Kedua*, hak-hak dan kewajiban para pihak sudah terjadi sejak adanya kata sepakat meskipun harga belum dibayar dan barang belum diserahkan⁹. Dengan demikian,

⁵ Zein, Yahya Ahmad, 2009, *Kontrak Elektronik dan Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce*, Mandar Maju, Bandung, hlm. 27- 29

⁶ Niniiek Suparni, *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 32

⁷ Onno W Purbo, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 2000), hlm. 2

⁸ Yahya Ahmad Zein, 2009, *Kontrak Elektronik dan Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce*, Mandar Maju, Bandung, hlm. 54.

⁹ Sukarmi, *Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, (Bandung: Pustaka Sutra, 2008), hlm. 118

ketentuan *e-commerce* mempergunakan ketentuan Buku Ketiga dan ketentuan tentang jual beli dalam KUHPerdata dengan modifikasi bahwa *e-commerce* mempunyai sifat khusus karena sangat dominan peranan media dan alat-alat elektronik.

Dari pemahaman diatas, terkait definisi perdagangan dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan *perdagangan melalui sistem elektronik* adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi yang dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

Terkait transaksi elektronik, maka definisi *transaksi elektronik* yang dapat dijadikan dasar terdapat dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menegaskan bahwa *transaksi elektronik adalah setiap perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya*.

Lebih lanjut, perlu dipahami bahwa dalam Pasal 40 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, diatur pula mengenai lingkup penyelenggaraan *transaksi elektronik*, adalah sebagai berikut :

1. Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik atau privat;
2. Penyelenggaraan transaksi elektronik dalam lingkup publik meliputi:
 - a. penyelenggaraan transaksi elektronik oleh instansi atau oleh pihak lain yang menyelenggarakan layanan publik sepanjang tidak dikecualikan oleh Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
 - b. penyelenggaraan transaksi elektronik dalam lingkup publik lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat, meliputi Transaksi Elektronik:
 - a. antar Pelaku Usaha;
 - b. antara Pelaku Usaha dengan konsumen;
 - c. antar pribadi;
 - d. antar Instansi; dan
 - e. antara Instansi dengan Pelaku Usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Perlu dijelaskan pula bahwa yang dimaksud dengan “antar-Pelaku Usaha” adalah bahwa transaksi elektronik dengan model transaksi *business to business*. Sementara yang dimaksud dengan “antar Pelaku Usaha dengan Konsumen” adalah transaksi elektronik dengan model transaksi *business to consumer*. Sedangkan yang dimaksud dengan “antar pribadi” adalah transaksi elektronik dengan model transaksi *consumer to consumer*.

Wadah elektronik (*platform*) adalah wadah berupa aplikasi, situs web, dan/ atau layanan konten lainnya berbasis internet yang digunakan untuk transaksi dan/ atau fasilitasi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*). Pasar elektronik (*marketplace*) adalah sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi yang ditujukan untuk melakukan kegiatan usaha perdagangan secara elektronik.

Penyedia platform *marketplace* yang menyediakan layanan perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) atas barang dan/atau jasa, wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) serta melaksanakan kewajiban pajak penghasilan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan di bidang pajak penghasilan.

Penyedia Wadah Pasar Elektronik (Penyedia Platform *Marketplace*) adalah pihak baik orang pribadi, badan, maupun Bentuk Usaha Tetap yang bertempat tinggal atau bertempat kedudukan atau memiliki kegiatan usaha di dalam Daerah Pabean yang menyediakan platform berupa Marketplace, termasuk *Over the Top* di bidang transportasi di dalam Daerah Pabean. Penyedia platform *marketplace* yang dikenal di Indonesia antara lain Blibli, Bukalapak, Elevenia, Lazada, Shopee, dan Tokopedia. Selain perusahaan-perusahaan ini, pelaku *Over the Top* di bidang transportasi juga tergolong sebagai pihak penyedia platform marketplace.

Kewajiban untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) juga diberlakukan kepada penyedia platform *marketplace*, meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil sebagaimana diatur dalam peraturan Menteri Keuangan mengenai batasan pengusaha kecil Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Pedagang atau penyedia jasa yang terdiri atas pedagang atau penyedia jasa yang telah dikukuhkan sebagai PKP dan pedagang atau penyedia jasa yang belum dikukuhkan sebagai PKP wajib memberitahukan NPWP kepada penyedia platform *marketplace*.

Terkait perlakuan perpajakan bagi Pedagang dan Penyedia Jasa, maka pedagang atau penyedia jasa yang melakukan penyerahan barang dan/atau jasa secara elektronik (*e-commerce*) melalui penyedia platform marketplace melaksanakan kewajiban pajak penghasilan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan di bidang pajak penghasilan. Berangkat dari pemahaman tersebut, adanya *e-commerce* maka pengusaha kecil saat ini dapat memasarkan produknya langsung ke konsumen meskipun lokasi usahanya jauh. Pengusaha kecil yang kurang memiliki akses terhadap ruang di perkotaan dapat bersaing dan mendukung program pemerintah untuk pemerataan pendapatan.

Pengusaha Kena Pajak (PKP) pedagang atau PKP Penyedia Jasa yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) secara elektronik (*e-commerce*) melalui penyedia platform *marketplace* wajib memungut, menyetor, dan melaporkan PPN yang terutang; atau PPN dan pajak penjualan atas barang mewah. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang terutang adalah sebesar 10 % (sepuluh persen) dari nilai transaksi penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP),

sedangkan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) yang terutang mengikuti tarif dan tata cara penyeteroran dan pelaporan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengusaha Kena Pajak (PKP) Pedagang atau PKP Penyedia Jasa wajib membuat faktur pajak sebagai bukti pungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas penyerahan BKP dan/atau JKP. PKP Pedagang dan PKP Penyedia Jasa wajib melaporkan dalam Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) masa PPN setiap Masa Pajak atas penyerahan BKP dan/atau JKP yang melalui penyedia platform *marketplace*.

Terkait perlakuan perpajakan bagi Penyedia Platform *Marketplace*, pembayaran atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) yang dilakukan oleh PKP pedagang atau PKP penyedia jasa yang diterima oleh penyedia platform *marketplace* dari pembeli meliputi nilai transaksi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM). Penyedia platform *marketplace* wajib melaporkan rekapitulasi transaksi perdagangan yang dilakukan oleh Pedagang dan/atau Penyedia Jasa melalui penyedia platform *marketplace* ke Direktorat Jenderal Pajak serta harus dilampirkan dalam Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) Masa PPN penyedia platform *marketplace*.

Pengusaha Kena Pajak (PKP) penyedia platform *marketplace* yang melakukan kegiatan, antara lain :

1. penyediaan layanan platform *marketplace* bagi pedagang atau penyedia jasa;
2. penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) yang dilakukan melalui platform *marketplace* wajib memungut Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas penyediaan layanan dan penyerahan BKP dan/atau JKP serta membuat faktur pajak dan pelaporan atas penyerahan BKP dan/atau JKP dilakukan dalam Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) Masa PPN.

Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), dan Pajak Penghasilan (PPH) atas perdagangan barang dan jasa melalui sistem elektronik (e-commerce) berupa online retail, classified ads, daily deals, atau media sosial dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan.

Penyedia platform *marketplace* dapat memberikan data dan informasi ke Direktorat Jenderal Pajak tentang transaksi *e-commerce* berdasarkan:

1. informasi keuangan yang diperoleh dari Lembaga Jasa Keuangan (LJK), LJK lainnya, dan/atau entitas Lain;
2. data dan informasi yang diperoleh dari instansi pemerintah, lembaga, asosiasi dan pihak lain dan/atau;
3. data dan informasi yang tersedia di sistem informasi Direktorat Jenderal Pajak, Direktur Jenderal Pajak dapat melakukan pengujian kepatuhan kewajiban perpajakan atas

transaksi *e-commerce* sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan.

Terkait perlakuan Bea Masuk dan/atau Pajak Dalam Rangka Impor (PDRI)¹⁰ atas impor barang yang transaksi perdagangannya melalui sistem elektronik (*E-Commerce*), maka perlakuan Impor Barang yang transaksinya dilakukan melalui Penyedia platform *marketplace*, yaitu :

1. Impor barang yang antara lain :
 - a. transaksinya dilakukan melalui penyedia platform *marketplace* yang terdaftar di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai;
 - b. pengirimannya dilakukan melalui penyelenggara pos; dan
 - c. memiliki Nilai Pabean sampai dengan *Free on Board* (FoB) US\$ 1.500 (Seribu Lima Ratus Dollar Amerika Serikat), perlakuan perpajakannya dilaksanakan berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210 tahun 2018 tentang Pemberlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*).
2. Impor barang yang transaksinya dilakukan melalui penyedia platform *marketplace*, yaitu :
 - a. memiliki Nilai Pabean lebih dari FoB US\$ 1.500 (Seribu Lima Ratus Dollar Amerika Serikat); atau
 - b. tidak menggunakan skema *Delivery Duty Paid* (DDP), dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai impor barang kiriman.

Barang belanjaan yang dibeli dari luar negeri sudah termasuk dalam kategori barang impor. Dalam hal ini, sejumlah ketentuan dan peraturan Pemerintah berlaku dalam proses impor tersebut. Untuk itu, Pemerintah Indonesia akan menerapkan sejumlah aturan dan pengenaan sejumlah pajak atas barang yang diimpor. Kemudian ada pihak Bea dan Cukai yang bertugas untuk memeriksa dan menentukan sejumlah biaya pajak yang wajib dibayarkan oleh Pembeli di Indonesia ketika barang impor tersebut tiba di dalam negeri.

Perlu ditegaskan pula, dalam praktiknya barang-barang yang dikirim melalui PT Pos Indonesia dan nilainya *kurang* dari US\$50 (Lima Puluh Dollar Amerika Serikat) akan dibebaskan dari pajak impor. Sementara barang yang memiliki nilai *lebih* dari USD 50 akan dikenakan pembebasan pajak terhadap US\$ 50 dari nilai barang tersebut. Artinya, hanya sisanya saja yang akan dikenakan sejumlah pajak impor tersebut.

Sejumlah pajak tersebut akan dikonversikan ke dalam Rupiah. Dalam beberapa kasus, bisa saja pihak Bea dan Cukai salah dalam menghitung biaya masuk tersebut. Misalnya, sejumlah bea yang dipungut lebih besar daripada ketentuan yang seharusnya. Dalam kasus tersebut, kita bisa mengajukan keberatan dan meminta koreksi dengan

¹⁰ Pajak Dalam Rangka Impor (PDRI) adalah sejumlah pungutan/bea masuk yang diterapkan Pemerintah terhadap barang impor. Pungutan tersebut terdiri dari Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan (PPh Pasal 22 Impor), dan Pajak Penjualan Barang Mewah (PPnBM).

cara menunjukkan *invoice* resmi yang dikeluarkan pihak penjual/toko tempat kita berbelanja¹¹.

Penyedia platform *marketplace* mengajukan permohonan pendaftaran kepada Kepala Kantor Pabean yang memiliki frekuensi tinggi atas impor barang yang transaksinya dilakukan melalui penyedia platform *marketplace* tersebut. Permohonan mencantumkan informasi paling sedikit memuat antara lain : Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Nomor Surat Keputusan Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (PKP); dan Nomor Surat Keterangan Terdaftar sebagai Wajib Pajak.

Surat persetujuan atau surat penolakan yang diberikan Kepala Kantor Pabean terhadap permohonan tersebut diberikan dalam jangka waktu paling lama 1 (satu) hari kerja terhitung setelah permohonan diterima secara lengkap dan persetujuan tersebut berlaku secara nasional.

Terkait perlakuan bagi penyedia platform *marketplace*, setelah mendapatkan persetujuan, maka penyedia platform *marketplace* harus menyampaikan antara lain :

1. *E-invoice* untuk setiap pengiriman atas transaksi barang;

Invoice digital biasanya berupa file PDF atau Word. Kadang, *invoice* ini merupakan *invoice* kertas yang dipindai atau diubah jadi bentuk digital. *Invoice* ini mudah dipahami oleh banyak orang karena sudah familiar. Sedangkan, *invoice* elektronik (*e-invoice*) adalah file data yang ditransfer antar komputer dan tidak mudah dipahami oleh mereka yang bertransaksi.

2. Menyampaikan *E-catalog* kepada Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.

E-Catalog (e-katalog) adalah suatu daftar yang dibuat secara elektronik yang bisa diakses secara online berbasis internet.

Lebih lanjut, penyedia platform *marketplace* juga wajib menggunakan: **Pertama**, skema *Delivery Duty Paid* (DDP), yaitu penyerahan barang yang dilakukan di negara yang melakukan impor. Dalam hal ini, bea masuk sudah dibayar dan diselesaikan, sehingga Penjual wajib memikul semua biaya dan risiko sampai dengan barang tiba di negara tujuan.

Melalui penerapan skema *Delivery Duty Paid* (DDP), maka Pemerintah mendapat banyak keuntungan karena setiap kali melakukan transaksi dengan skema tersebut, karena Pemerintah sudah mendapatkan kepastian dari aspek perpajakannya. Salah satunya mengenai bea masuk, karena barang yang dibeli sudah mencakup dengan pembayaran bea masuk. **Kedua**, penyedia platform *marketplace* wajib pula menghitung bea masuk dan/atau Pajak Dalam Rangka Impor (PDRI) dan bertanggung jawab atas kewajiban penyetoran bea masuk dan/atau PDRI atas barang¹².

¹¹ Cermati.com, 2016, *Bea Masuk Barang Impor: Seperti Inilah Perhitungannya*, <https://www.cermati.com/artikel/bea-masuk-barang-impor-seperti-inilah-perhitungannya>, diakses tanggal 2 November 2019

¹² Melvin Julian, 2019. *Pemberlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce)*, <https://www.hukumperseroanterbatas.com/uncategorized/pemberlakuan-perpajakan-atas-transaksi-perdagangan-melalui-sistem-elektronik-e-commerce/> (diakses tanggal 2 November 2019)

Prosedur Pengenaan Pajak Terhadap Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Saat ini transaksi jual beli barang dan jasa tak lagi hanya dilakukan secara *konvensional* yaitu jenis transaksi pada umumnya yang dimana pedagang memiliki suatu tempat usaha agar pembeli dan penjual saling bertemu muka untuk penyerahan dan penerimaan barang, tetapi juga telah banyak dilakukan melalui media internet (*interconnected network*) yang dikenal dengan sebutan perdagangan elektronik atau *electronic commerce* (*e-commerce*) yang dilakukan melalui jejaring sosial atau komunitas yang menggunakan fasilitas internet. Dengan perkembangan ini kemudian banyak bermunculan toko-toko *online* (*online shop*) yang seakan membentuk dunia baru yang dikenal sebagai dunia maya (*cyber space*), sehingga transaksi yang timbul dari transaksi *online shop* inilah yang disebut dengan transaksi *e-commerce*, suatu transaksi yang dilakukan melalui suatu *website* maupun melalui jejaring sosial.

Kemajuan teknologi informasi yang melonjak pesat saat ini berbanding lurus dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia dalam kurun satu dekade terakhir. Berdasarkan *We Are Social & Hootsuite's Digital in 2017 Report*, pengguna internet di Indonesia per Januari 2018 telah mencapai 132,7 juta orang. Pesatnya pertumbuhan pengguna internet tak pelak berpengaruh pada beralihnya tren perdagangan dari konvensional ke digital¹³.

Saat ini, industri skala mikro, kecil dan menengah di Indonesia juga mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat dengan adanya *marketplace* dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) yang didukung dengan kanal pemasaran yang semakin luas untuk pelaku industri tersebut. Sehingga bukan tidak mungkin pertumbuhan ekonomi Indonesia secara umum akan terjadi secara signifikan. Hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dikerjakan bersama dengan lembaga survei Polling Indonesia menyebutkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% pada tahun 2018, meningkat sebesar 10,12% dari tahun sebelumnya yang hanya 54,8%. Artinya, ada 171,17 juta jiwa pengguna internet dari total 246,16 juta penduduk Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS)¹⁴.

Dalam riset Google bersama Temasek baru-baru ini disebutkan, digital ekonomi di Indonesia semakin meningkat terutama pada dua sektor yaitu *e-travel* dan *e-commerce*. Valuasi transaksinya pada 2025 diperkirakan akan mencapai US\$ 81 miliar (kurang lebih 900 triliun). *E-commerce* diperkirakan akan tumbuh 39 persen per tahun, tumbuh dari 1,7 miliar dollar AS di 2015 menjadi 46 miliar dollar AS di 2025. Sementara untuk

¹³ *Kesetaraan Pajak bagi Pelapak*, Media Keuangan: Transparansi Informasi Kebijakan Fiskal, Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan, 2018, Vol. XIII / No. 125 / Maret 2018, hal. 14

¹⁴ Cindy Mutia Annur, 2019, "56% Pengguna Internet Indonesia Belum Pernah Bertransaksi E-Commerce", <https://katadata.co.id/berita/2019/05/16/56-pengguna-internet-indonesia-belum-pernah-bertransaksi-e-commerce>, diakses tanggal 28 November 2019

e-travel dapat berkembang menjadi 17 persen per tahun dari 5 miliar dollar AS di 2015 menjadi 24,5 miliar dollar AS di 2025.¹⁵

Semakin mudah dan nyamannya konsumen melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* (*electronic commerce* atau perdagangan elektronik), membuat transaksi perdagangan konvensional turun secara signifikan. Data Pertumbuhan Nilai Transaksi *e-commerce* di Indonesia menunjukkan pada tahun 2011 sebesar Rp13,5 triliun (sumber: Bank Indonesia, Katadata). Nilai tersebut terus merangkak naik menjadi Rp 47 triliun pada tahun 2015, Rp 75 triliun pada tahun 2016, dan diproyeksikan pada tahun 2018 menjadi Rp102 triliun.

Berdasarkan data di atas, pengusaha perdagangan *online* dengan penghasilan yang tergolong besar tentunya mempunyai potensi yang besar pula untuk dikenakan pajak. tetapi untuk menerangkan bahwa transaksi perdagangan *online* memiliki potensi untuk dapat dikenakan pajak penghasilan, maka kita perlu melihat terlebih dahulu apakah ada hutang pajak yang timbul dari transaksi perdagangan *online* ini, karena yang terpenting dalam pengenaan pajak adalah terdapatnya hutang pajak.

Ada dua pandangan dalam melihat timbulnya hutang pajak. Menurut pandangan *Materil*, utang pajak timbul karena undang-undang dengan syarat adanya *tatbestand*, yaitu rangkaian dari perbuatan-perbuatan, keadaan-keadaan, dan peristiwa-peristiwa yang dapat menimbulkan utang pajak itu. Sehingga dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*), kita perlu melihat apakah dengan syarat *tatbestand* transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) dapat dikenakan pajak penghasilan, meskipun *fiskus* belum menentukan SKP (Surat Ketetapan Pajak) tetapi syarat *tatbestand* telah terpenuhi untuk dapat dikenakan pajak, maka hutang pajak dapat timbul dengan sendirinya. Ketika timbulnya hutang pajak dari suatu kegiatan, jelaslah bahwa kegiatan tersebut dapat dikenakan Pajak Penghasilan (PPH).

Berbeda dengan pandangan *Formil*, utang pajak timbul apabila telah ada SKP (Surat Ketetapan Pajak) dari *fiskus*. Sehingga meskipun dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) memiliki potensi berdasarkan Undang-undang menurut *tatbestand* layak untuk dikenakan pajak, tetapi selama belum ada SKP (Surat Ketetapan Pajak) dari *fiskus*, maka transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) dianggap belum ada utang pajak. Dalam perbuatan administratif, pengeluaran SKP (Surat Ketetapan Pajak) oleh fiskus harus berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan dalam undang-undang.

Jika ditinjau dari peraturan perundang-undangan perpajakan, maka transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) berpotensi untuk dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) untuk barang yang diperdagangkan dan Pajak Penghasilan

¹⁵ Arie Liliyah, 2017, "Riset Google: Peluang Digital Indonesia Capai US\$ 81 miliar", SWA, <https://swa.co.id/swa/trends/riset-google-peluang-digital-indonesia-capai-us-81-miliar>, diakses tanggal 28 November 2019

(PPH) terhadap penghasilan yang diperoleh sebagai hasil dari transaksi perdagangan melalui sistem elektronik itu sendiri.

Payung hukum berupa peraturan perundang-undangan perpajakan, khususnya transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) menjadi hal yang sangat penting dalam hal ini sebagai sarana dan upaya dalam mendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia serta melindungi berbagai pihak yang terlibat didalamnya. Hal ini sebagai bentuk daripada kemajuan teknologi yang perlu memperoleh legitimasi hukum. Diantaranya pengaturan mengenai hak dan kewajiban sehingga dapat menciptakan suatu kepastian hukum yang menjamin pelaku (produsen) maupun konsumen dalam bertransaksi secara elektronik dengan aman dan nyaman.

Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) baru diatur secara jelas dan khusus pada tanggal 11 Maret 2014 dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Sebelumnya aturan mengenai *e-commerce* hanya bersandar pada Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan KUH Perdata (*burgerlijk wetboek voor Indonesie*) dalam pelaksanaannya. Namun setelah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan disahkan oleh Pemerintah, maka berlaku asas *lex specialis derogat legi generali* pada undang-undang tersebut yang mengatur secara khusus diantaranya mengenai *e-commerce*.

Dengan karakteristiknya yang unik tersebut, maka transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) terkadang menimbulkan permasalahan dalam aspek kepastian hukum. Permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi perdagangan melalui sistem elektronik berbasis *e-commerce* telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konvergensi di bidang teknologi informasi, media, dan informatika (telematika) berkembang terus tanpa dapat dibendung, seiring dengan ditemukannya perkembangan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Untuk saat ini, *e-commerce* merupakan suatu transaksi komersial secara elektronik. Sama halnya dengan perdagangan konvensional, dalam hal ini Pemerintah berwenang untuk memastikan kepatuhan pajak bagi pelaku *e-commerce* di Indonesia. Pelaku dalam transaksi konvensional selama ini telah memberlakukan peraturan perpajakan. Kegiatan ekonomi dalam *e-commerce* inilah yang belum terekam pemerintah. Untuk itu, Kementerian Keuangan bekerja sama dengan beberapa kementerian lainnya kini tengah merumuskan regulasi pajak *e-commerce* yang nantinya akan berupa Peraturan Menteri Keuangan (PMK).

Pengaturan terhadap transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) tersebut memberikan kepastian dan kesepahaman mengenai apa yang dimaksud dengan transaksi perdagangan melalui sistem elektronik dan memberikan perlindungan dan

kepastian kepada pedagang, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik serta konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.¹⁶

Data dan/atau informasi transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) paling sedikit harus memuat identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha distribusi, persyaratan teknis barang yang ditawarkan, persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan, harga dan cara pembayaran barang dan atau jasa, dan cara penyerahan barang.

Pada transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*), aktivitas transaksi sejak dilakukannya penawaran oleh pihak penjual (produsen) sampai dengan lahirnya kesepakatan perjanjian jual-beli dan pelaksanaannya, semua menggunakan sarana berbentuk data elektronik dengan memanfaatkan jaringan koneksi internet dan komputer, sehingga transaksi tersebut dapat dilakukan dimana saja, kapan saja dan dengan cara yang sangat fleksibel.

Berangkat dari pemahaman di atas, menurut Vera, Ellen dan Melissa (2008), terdapat beberapa permasalahan hukum dalam aktivitas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*), antara lain yaitu :¹⁷

1. Otentikasi subyek hukum yang membuat transaksi melalui internet;
2. Saat perjanjian berlaku dan memiliki kekuatan mengikat secara hukum;
3. Obyek transaksi yang diperjual belikan;
4. Mekanisme peralihan hak;
5. Hubungan hukum dan pertanggung jawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, *Internet Service Provider* (ISP), dan lain sebagainya;
6. Legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti;
7. Mekanisme penyelesaian sengketa;
8. Pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa.

Saat ini, regulasi pengenaan pajak *online shop* yang diberlakukan untuk transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) adalah Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010.2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) yang diberlakukan terhitung sejak 1 April 2019. Secara garis besar, Peraturan Menteri Keuangan (PMK) tersebut memasukkan pelaku bisnis yang menggunakan kanal *online* sebagai tempat pemasaran seperti pelaku bisnis lainnya. Pelaku bisnis ini kemudian akan digolongkan sesuai pendapatan serta jenis barang yang dijual. Artinya, pajak yang berlaku adalah Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).

¹⁶ Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, 2017, "E-Commerce di Indonesia Sudah Diatur Dalam UU Perdagangan", <http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diaturl-dalam-uu-perdagangan>, diakses tanggal 28 November 2019

¹⁷ Vera, Ellen dan Melissa (2008) dalam Yuanito Bayu Ardi, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet*, Tesis, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Program Pascasarjana Jakarta, 2008

Untuk itu, pengenaan dan penghitungan peraturan pajak disesuaikan dengan keadaan sebenarnya dari pelaku bisnis tersebut. Besaran pajaknya tidak jauh berbeda dengan pajak yang berlaku untuk pelaku industri pada umumnya.

Meski kemudian Pemerintah pada akhirnya menerbitkan PMK No.31/PMK.010/2019 setelah memutuskan untuk menarik aturan perlakuan perpajakan bagi *e-commerce*, dimana aturan baru tersebut merupakan dasar hukum bagi Pemerintah untuk mencabut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*).

Untuk besaran pajak yang dikenakan terhadap pelaku usaha *online* yang menjalankan aktivitas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*), besaran pajaknya sama dengan pelaku usaha lainnya. Dalam hal ini, Pemerintah dalam upaya memberikan rasa keadilan, memberikan angka 4,8 Miliar Rupiah sebagai batas untuk pendapatan maksimal pelaku industri dengan tarif Pajak Penghasilan Final (PPH Final) sebesar hanya 0,5 %. Tentu saja besaran pajak tersebut sudah sangat terjangkau, karena memang Pemerintah pada dasarnya ingin memberikan dorongan agar industri kecil dapat berkembang dengan cepat¹⁸.

Besaran pajak untuk industri kecil yang awalnya dikenakan untuk industri dengan omzet dibawah angka 4,8 Miliar Rupiah adalah 1 %. Namun demi memberikan stimulus dan dorongan, maka pajaknya diturunkan sebesar 50 % dari nilai awal. Sedangkan untuk dua pajak lainnya, yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), juga ditetapkan sama dengan nilai yang berlaku. PPN diberikan sebesar 10 % dan PPnBM diberikan sesuai dengan nilai dan jenis barang yang dijual oleh pelaku industri tersebut. Status untuk Pengusaha Kena Pajak (PKP) juga tetap dapat berlaku jika pelaku industri ingin mendapatkan fasilitas lain yang hanya dapat dinikmati jika memiliki status tersebut. Pada dasarnya, pelaku bisnis di industri yang menggunakan kanal *online* akhirnya dianggap sama di mata hukum sebagai Wajib Pajak.

Pada prinsipnya, Pemerintah akan menerapkan regulasi dibidang pajak *e-commerce* akan dilakukan secara *even-handed* (penerapan perlakuan secara adil atau tidak berat sebelah) untuk pengenaan tarif pajak terhadap setiap transaksi elektronik (*e-commerce*), dalam pengertian *playing field*-nya dipersamakan, sehingga tidak ada *gap* antara pelaku usaha konvensional dengan pelaku usaha digital. Maka, filosofi penerapan aturan pajak *e-commerce* ini yakni agar pelaku perdagangan baik konvensional maupun elektronik mampu memahami kewajiban perpajakannya, terutama yang berhubungan dengan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Terkait Pajak Penghasilan (PPH) Final untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Pemerintah berencana menurunkan tarif pajak dari

¹⁸ KlikPajak, 2019, "*Pajak Online Shop 2019, Ini Regulasi dan Penjelasannya!*" <https://klikpajak.id/blog/pajak-bisnis/pajak-online-shop-2019/> diakses tanggal 2 November 2019.

sebelumnya 1 persen menjadi 0,5 persen untuk mendorong daya saing dengan produk-produk impor di era digital saat ini¹⁹.

KESIMPULAN

Dari segi perlakuan pajak, tidak ada perbedaan antara pelaku usaha *e-commerce* dengan pelaku usaha konvensional. Pelaku usaha yang memiliki peredaran bruto (*omzet*) di bawah Rp 4,8 miliar dalam setahun dimasukkan dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dikenakan tarif Pajak Penghasilan (PPh) yang sama yaitu sebesar 0,5% termasuk ketentuan pemungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), *kecuali* untuk usaha pada sektor strategis. Hal ini sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Pemberlakuan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) terkait perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) sesungguhnya lebih difokuskan pada perlindungan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan kelompok masyarakat pelaku usaha *e-commerce yang menjalankan jenis usaha rintisan (start up)* terutama persamaan perlakuan pengenaan pajak antara pengusaha konvensional dengan pengusaha yang memasarkan barang ataupun jasanya melalui *e-commerce*. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dan penyedia jasa.

Pada prinsipnya Pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) terkait perlakuan perpajakan atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) bukan untuk mengejar target penerimaan pajak, namun difokuskan untuk menjangkau lebih banyak informasi untuk membangun ekosistem dan database *e-commerce* yang komprehensif, untuk selanjutnya akan dianalisis untuk melihat perkembangan *e-commerce* di Indonesia sebagai dasar penentuan kebijakan pengembangan bisnis *e-commerce* di masa yang akan datang. Disamping itu penerapan regulasi dibidang pajak *e-commerce* dilakukan secara adil (*even-handed*) untuk pengenaan tarif pajak terhadap setiap transaksi elektronik (*e-commerce*). Dalam hal ini *playing field*-nya dipersamakan, sehingga tidak ada *gap* antara pelaku usaha konvensional dengan pelaku usaha digital. Untuk itu, filosofi penerapan aturan pajak *e-commerce* ini yakni agar pelaku usaha baik konvensional maupun elektronik mampu memahami kewajiban perpajakannya, terutama yang berhubungan dengan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Hal ini dilakukan dalam mengadaptasi perubahan dan inovasi teknologi di Era Revolusi Industri 4.0 kaitannya dalam memenuhi target penerimaan perpajakan.

Disarankan agar Pemerintah melalui Kementerian Keuangan perlu merumuskan kembali rekonstruksi model perangkat hukum yang terintegrasi sehingga diperlukan

¹⁹ Hukumonline.com, 2018. *Pemerintah Finalisasi Aturan Pajak e-Commerce*, <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5a61d5ce22d72/pemerintah-finalisasi-aturan-pajak-e-commerce/> (diakses tanggal 5 Oktober 2019)

koordinasi dan sinkronisasi yang lebih komprehensif antar kementerian/lembaga berwenang agar pengaturan *e-commerce* lebih tepat sasaran, berkeadilan, efisien dan mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi digital yang dikondisikan dengan kebutuhan nyata terkait ketentuan teknis dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik terhadap pelaku usaha *e-commerce*, sehingga diharapkan mampu mengakomodir kondisi khusus dalam transaksi *e-commerce* dalam upaya mengadaptasi setiap perubahan dan inovasi teknologi di Era Revolusi Industri 4.0 yang sedemikian cepat kaitannya dalam memenuhi target penerimaan perpajakan.

Disarankan agar Pemerintah diharapkan dapat memberikan perlakuan khusus dengan memberikan insentif pajak terhadap pelaku usaha *e-commerce khususnya yang menjalankan jenis usaha rintisan (start up) yaitu dengan mengeluarkan peraturan kebijakan (beleidsregel) yang mengatur mekanisme teknis pemajakan termasuk mewajibkan semua pelaku usaha e-commerce agar memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) untuk memudahkan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam melakukan identifikasi, pembinaan/konseling, sosialisasi perpajakan dan komunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan (stakeholder) serta mempersiapkan infrastruktur pelaporan data e-commerce mengenai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik agar pelaku usaha e-commerce sadar terhadap kewajiban dan hak perpajakannya dengan harapan agar pengawasan serta penanganan dalam rangka intensifikasi transaksi perdagangan melalui sistem elektronik terhadap pelaku usaha e-commerce dapat dimaksimalkan dalam mengadaptasi perubahan dan inovasi teknologi di Era Revolusi Industri 4.0 kaitannya dalam memenuhi target penerimaan perpajakan.*

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Makalah dan Artikel

Andreas, Meier and Henrik Stormer. (2009). *E-Business and Website Managing the Digital Value* Springer. Chain. Verlag Berlin Heidelberg: Springer.

Kesetaraan Pajak bagi Pelapak, Media Keuangan: Transparansi Informasi Kebijakan Fiskal, Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan, 2018, Vol. XIII / No. 125 / Maret 2018

Ninieki Suparni, (2009). *Cyberspace Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, Jakarta: Sinar Grafika.

Onno W Purbo, (2000). *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: PT Elek Media Komputindo.

Raida L.Tobing, (2010), *Laporan Akhir Penelitian Hukum Tentang Efektifitas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementrian Hukum dan HAM RI.

R. Soerose, (2014). *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika

- Sukarmi, (2008). *Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Bandung: Pustaka Sutra.
- Vera, Ellen dan Melissa (2008) dalam Yuanito Bayu Ardi, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Internet*, Tesis, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Program Pascasarjana Jakarta.
- Yahya Ahmad Zein, (2009), *Kontrak Elektronik dan Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce*, Mandar Maju, Bandung.
- Zein, Yahya Ahmad, (2009). *Kontrak Elektronik dan Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce*, Mandar Maju, Bandung

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata [*Burgerlijk Wetboek*]. Diterjemahkan oleh Subekti dan R.Tjitrosudibio. Jakarta: Pradnya Paramita, 2008
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Internet

- Agustina Melani, 2019, *Pajak e-Commerce Efektif Berlaku 1 April 2019*, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3870030/pajak-e-commerce-efektif-berlaku-1-april-2019>, diakses tanggal 14 Jan 2019
- Arie Liliyah, 2017, “*Riset Google: Peluang Digital Indonesia Capai US\$ 81 miliar*”, SWA, <https://swa.co.id/swa/trends/riset-google-peluang-digital-indonesia-capai-us-81-miliar>, diakses tanggal 28 November 2019
- Cermati.com, 2016, *Bea Masuk Barang Impor: Seperti Inilah Perhitungannya*, <https://www.cermati.com/artikel/bea-masuk-barang-impor-seperti-inilah-perhitungannya>, diakses tanggal 2 November 2019
- Cindy Mutia Annur, 2019, “*56 % Pengguna Internet Indonesia Belum Pernah Bertransaksi E-Commerce*”, <https://katadata.co.id/berita/2019/05/16/56-pengguna-internet-indonesia-belum-pernah-bertransaksi-e-commerce>, diakses tanggal 28 November 2019
- Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, 2017, “*E-Commerce di Indonesia Sudah Diatur Dalam UU Perdagangan*”, <http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan>, diakses tanggal 28 November 2019
- Hukumonline.com, 2018. *Pemerintah Finalisasi Aturan Pajak e-Commerce*, <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5a61d5ce22d72/pemerintah-finalisasi-aturan-pajak-e-commerce/> (diakses tanggal 5 Oktober 2019)

- Ign. L.Adhi Bhaskara, *Pemberlakuan Pajak untuk Toko Online: Tepatkah Waktunya?* diakses 16 Januari 2019, <https://tirto.id/pemberlakuan-pajak-untuk-toko-online-tepatkah-waktunya-deuB>
- KlikPajak, 2019, "*Pajak Online Shop 2019, Ini Regulasi dan Penjelasannya!*" <https://klikpajak.id/blog/pajak-bisnis/pajak-online-shop-2019/> diakses tanggal 2 November 2019.
- Melvin Julian, 2019. *Pemberlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce)*, <https://www.hukumperseroanterbatas.com/uncategorized/pemberlakuan-perpajakan-atas-transaksi-perdagangan-melalui-sistem-elektronik-e-commerce/> (diakses tanggal 2 November 2019)