

IMPLEMENTASI KAIDAH PAJAK DALAM PERUSAHAAN E-COMMERCE DITINJAU DARI SEGI HUKUM PAJAK

Irvanda Rizqi Maulana Putra, Dio Setiawan, Rizky Kurniawan Wibowo, Yehezkiel Musa
Yudika Aritonang

Jurusan Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tidar

E-mail : irvandarmp@gmail.com, dhyo.setiawan239@gmail.com,
rizkykurniawan@gmail.com, yehezkielaritonang322@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi dari zaman ke zaman menjadi sorotan dari pemerintah dalam menetapkan kebijakan, termasuk dalam transaksi jual beli. Dalam hal jual-beli sendiri kini juga dapat dilakukan melalui gadget atau smartphone tanpa harus pergi ke supermarket atau mall. Hal ini menjadi salah satu manfaat dari adanya kemajuan teknologi dalam penggunaan media digital. Akan tetapi, regulasi untuk adanya jual beli sendiri masih belum mengatur terlalu menyeluruh dalam praktiknya. Maka dari itu, dalam penulisan ini Kami mengambil tema tentang kaidah atau kebijakan tentang praktik jual-beli e-commerce yang ditinjau dalam segi hukum pajak. Oleh karena itu, kami mengambil tema ini agar dapat menganalisis dan mengetahui sistem penetapan pajak atau regulasi pajak yang ditetapkan pemerintah Indonesia dalam menetapkan pajak dari suatu jual beli barang atau jasa dalam marketplace online atau e-commerce.

Kata kunci : Pajak, Perkembangan Teknologi, Jual-Beli.

Abstract

The development of technology from time to time is in the spotlight of the government in setting policies, including in buying and selling transactions. In terms of buying and selling itself, it can now also be done through gadgets or smartphones without having to go to a supermarket or mall. This is one of the benefits of technological advances in the use of digital media. However, the regulations for buying and selling themselves still do not regulate too thoroughly in practice. Therefore, in this writing, we take the theme of the rules or policies regarding e-commerce buying and selling practices in terms of tax law. Therefore, we take this theme in order to be able to analyze and know the tax determination system or tax regulations set by the Indonesian government in determining taxes from a sale or purchase of goods or services in an online marketplace or e-commerce.

Keyword : Tax, Technology development, buying and selling

PENDAHULUAN

Pajak adalah salah satu sumber pendapatan negara yang paling penting untuk pelaksanaan dan pembangunan negara. Tujuan Negara Indonesia, seperti yang tercantum dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945, adalah melindungi bangsa dan rakyat Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta mewujudkan keadilan sosial. Untuk mencapai tujuan ini, diperlukan dana yang signifikan, dan sumber daya manusia dan alam membutuhkan jumlah dana yang besar. Dalam perkembangan waktu, sumber daya alam dan manusia semakin berkurang, sehingga pajak menjadi pilihan utama. Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, pajak adalah kontribusi wajib yang harus diberikan kepada negara oleh orang pribadi atau badan, tanpa mendapatkan imbalan langsung, dan digunakan

untuk keperluan negara demi kemakmuran rakyat. Di Indonesia, sistem pemungutan pajak berbasis self-assessment, memberikan kepercayaan dan tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan pajak yang terutang. Pemerintah memiliki kewajiban untuk melaksanakan pembinaan, penelitian, dan pengawasan terhadap pemenuhan kewajiban wajib pajak, termasuk pajak penghasilan.

Perdagangan barang atau jasa kini dapat dilakukan secara online karena kemajuan teknologi dan informasi. Alasan pertumbuhan perdagangan online adalah karena membuatnya lebih mudah bagi bisnis untuk memasarkan produk mereka dan menghilangkan biaya yang lebih tinggi karena tidak memerlukan toko fisik. Banyak bisnis e-commerce atau perdagangan online dari berbagai kalangan masyarakat Indonesia yang berkembang melebihi pedagang konvensional membuatnya semakin populer karena pasar tanpa batas.

Baum menjelaskan bahwa e-commerce adalah suatu sistem yang dinamis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. E-commerce meliputi semua bentuk transaksi komersial yang melibatkan organisasi dan individu yang didasarkan pada proses dan transmisi data yang digital, termasuk teks, suara, dan gambar. Transaksi e-commerce memiliki beberapa fitur yang unik, membedakannya dari transaksi perdagangan biasa. Akibatnya, implikasi pajak dari transaksi ini relatif kompleks. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa transaksi elektronik antara e-merchant dan e-customer biasanya terjadi tanpa kertas, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah dokumen kertas, melainkan dokumen elektronik (digital document).

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah menjadi sangat penting dalam dunia bisnis selama lebih dari sepuluh tahun terakhir, yang menandai perkembangan ekonomi digital. Ekonomi digital Indonesia memiliki nilai terbesar dan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara. Dalam tiga tahun terakhir, transaksi e-commerce di Indonesia telah meningkat pesat. Sekitar 10 juta penjual aktif saat ini melakukan transaksi e-commerce. Di Indonesia, sebagian besar pengusaha adalah pengusaha mikro dengan pendapatan kurang dari 300 juta rupiah per tahun. Menurut survei PayPal, media sosial adalah platform yang paling umum digunakan untuk transaksi e-commerce. Menurut survei IdEA, penggunaan media sosial dalam transaksi e-commerce di Indonesia mencapai 80%, dengan Facebook sebagai platform yang paling populer dengan 92%. Selain itu, platform marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee mewakili 16% dari populasi pengguna e-commerce.

Dalam konteks perpajakan di Indonesia, perdagangan online memiliki potensi besar untuk dikenakan pajak. Namun, karena kurangnya peraturan yang mengatur pengenaan pajak terhadap bisnis online, ini dapat menyebabkan kekosongan norma dalam perpajakan. Meskipun beberapa diskusi telah dilakukan tentang perpajakan e-commerce, belum ada aturan yang komprehensif mengatur aspek utama e-commerce, termasuk perpajakannya. Selain itu, aturan tersebut belum diatur secara konsisten dengan sektor lain yang terkait dengan transaksi e-commerce, seperti perdagangan, teknologi informasi, dan pengawasan jasa. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk memberikan ulasan dari beberapa sektor terkait tentang evolusi peraturan e-commerce di Indonesia dan memeriksa kerangka kebijakan e-commerce nasional secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini, kami menggunakan metode deskriptif yang menggunakan ketentuan dan prinsip hukum serta pendekatan konseptual agar dapat mengevaluasi undang-undang atau peraturan perundang-undangan. Selanjutnya Dalam penulisan ini, penulis melakukan pemeriksaan dokumen literatur atau sumber hukum. Maka dari itu, analisis dari pemecahan permasalahan dilakukan dengan ketentuan yang berdasar pada

pendapat sarjana hukum, para ahli, literatur yang sifatnya teoritis, Kemudian hanya perspektif teoritis yang berkaitan saja yang akan ditelaah.

PEMBAHASAN

Menurut Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara perpajakan, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungutan atau pemotongan pajak tertentu. Secara umum, kewajiban pajak seseorang tidak boleh dilepaskan dari statusnya sebagai individu. Namun, badan hukum dan badan yang memiliki status badan hukum, baik dalam ranah privat maupun publik, juga wajib memenuhi kewajiban pajak. Karena transaksi perdagangan elektronik semakin meningkat, sangat diperlukan penegasan khusus mengenai pemungutan pajak atas transaksi tersebut, termasuk PPN dan PPH atas bukti pembayaran marketplace online. Hal ini ditegaskan dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 dan SE-06/PJ/2015. Dalam hal ini, terdapat 4 jenis model e-commerce yang terkait dengan pajak penambahan nilai 10%, meliputi:

1. Online Marketplace, Pada jenis ini biasanya mengadakan lokasi kegiatan bisnis semacam Mall atau marketplace online sebagai lokasi penjualan barang serta jasa, dalam hal ini berarti fasilitator online marketplace cuman mengadakan lokasi transaksi serta tidak pemilik atas barang serta jasa yang tersedia pada jejaring online.
2. Classified Ads, Pada jenis ini, bisnis e-commerce sangat dinilai sederhana serta paling banyak digunakan oleh negara-negara berkembang. classified ads mengadakan lokasi untuk promotor agar dapat memampang iklannya di jejaring online.
3. Daily Deals, Pada jenis ini, aktivitas usaha ialah berbentuk tempat daily deals yang merupakan tempat daily deals merchant untuk dapat menjual barangnya serta jasa pada pembeli dengan mengaplikasikan voucher sebagai alat tukar dalam pembayaran.
4. Online Retail, jenis ini ialah aktivitas penjualan barang serta jasa yang dikerjakan oleh pengurus retail daring pada pembeli ditempatnya.¹

Dengan demikian, individu yang melakukan transaksi e-commerce dianggap sebagai subjek pajak dan harus membayar pajak kepada negara. Subjek pajak akan dikenakan pajak jika mereka menerima atau memperoleh uang. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan mengatur pengenaan pajak terhadap subjek pajak atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam tahun pajak yang membayar pajak pada negara. Pengenaan pajak terhadap subjek pajak setiap kali mereka menerima atau mendapat laba tercantum.

Sampai detik ini, Ditjen Pajak sudah memeriksa 1.500 data Wajib Pajak terkait e-commerce yang diakses secara online. Dari jumlah tersebut, hanya 1000 pelaku e-commerce yang memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), dan hanya sekitar 50% dari mereka telah melaporkan SPT (Surat Pemberitahuan), dan Ditjen Pajak belum memeriksa kebenaran pelaporan SPT tersebut. Dengan demikian, jelas bahwa pelaku e-commerce Indonesia masih sangat kurang dalam kepatuhan pajak.

Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak yang dapat dikenakan pada transaksi marketplace. Ini karena belum ada undang-undang khusus yang mengaturpebisnis marketplace online, yang pada asal usulnya sama halnya pada pajak warung/toko biasa. Berdasarkan PP Nomor 46 tahun 2013 tentang pajak penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diperoleh/diterima wajib pajak memiliki peredaran bruto

¹ Sitorus, Riris Rotua, "Pengaruh E-Commerce terhadap Jumlah Pajak yang Disetor dengan Kepatuhan Wajib Pajak sebagai Variabel Intervening", Jurnal FEB Universitas 17 Agustus 1945, Vol. 2, No. 2, 2017, h. 70

tertentu, Hal ini telah merevisi yang kini menjadi PP Nomor 23 tahun 2018, "pengusaha E-commerce dengan penghasilan/omset bruto kurang dari 4,8 miliar rupiah dikenakan pajak sebesar 0,5% dari omset, sama dengan UMKM."²

KESIMPULAN

Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai dapat dikenakan pada e-commerce di Indonesia, yang dapat meningkatkan pendapatan negara. Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 dan SE-06/PJ/2015, yang berdasarkan Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 dan Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012, memberikan petunjuk tentang perpajakan e-commerce. Meskipun belum ada aturan yang komprehensif tentang standar utama untuk transaksi e-commerce di seluruh sektor terkait, kebijakan garis besar e-commerce dapat dibuat untuk memungkinkan partisipasi otoritas pajak dan memprioritaskan agenda mereka untuk meningkatkan penerimaan negara. Beberapa aturan perencanaan dari bidang terkait, seperti Kementerian Komunikasi dan Informasi serta Kementerian Perhubungan, memberikan sedikit ruang untuk kebijakan perpajakan yang mendukung pelaku bisnis e-commerce lokal dan memperluas jangkauan pajak perusahaan asing yang menjual produk dan layanan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://fiskal.kemenkeu.go.id/>...PDFReviewKetentuanPerpajakanEcommercediIndonesia>
https://www.google.com/urlq=https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/beritakajian/file/Review_Ketentuan_Perpajakan_ECommerce_di_Indonesia.pdf&sa=U&ved=2ahUKEwi5xIHij8yGAXWsxzgGHUSLE88QFnoECBMQAAQ&usg=AOvVaw3CUYDvMf_unty0a9I-Ouxnn e-commerce pdf
- <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/2927>
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/2889>
Universitas Muhammadiyah Surakarta<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/>...PDFPAJAK>
ECOMMERCE
DIINDONESIA
PublikasiIlmiahUMS<https://www.google.com/urlq=https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/11420/1.pdf3Fsequence3D126isAllowed3Dy&sa=U&ved=2ahUKEwjtisGokMyGAXUA7jgGHWwMAY44ChWegQIDhAB&usg=AOvVaw0nkUECbL3CBgSCvDpnCvKngenaan> e-commerce pdf
- <https://repository.unair.ac.id/33919/4/4.%20BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf>
<https://journal.widyatama.ac.id/index.php/jabe/article/view/1031>

² Agus Sahbani, 2018, "Pemerintah Finalisasi Aturan Pajak E-Commerce", URL:<https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5a61d5ce22d72/pemerintah-finalisasi-aturan-pajak-e-commerce>, diakses pada tanggal 11 Januari 2019