

**ANALISIS TERHADAP PENERAPAN PAJAK  
ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE**



**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**Nama : Anggia Yustika Sari**  
**No. Mahasiswa : 14312309**  
**Jurusan : Akuntansi**

**FAKULTAS EKONOMI**

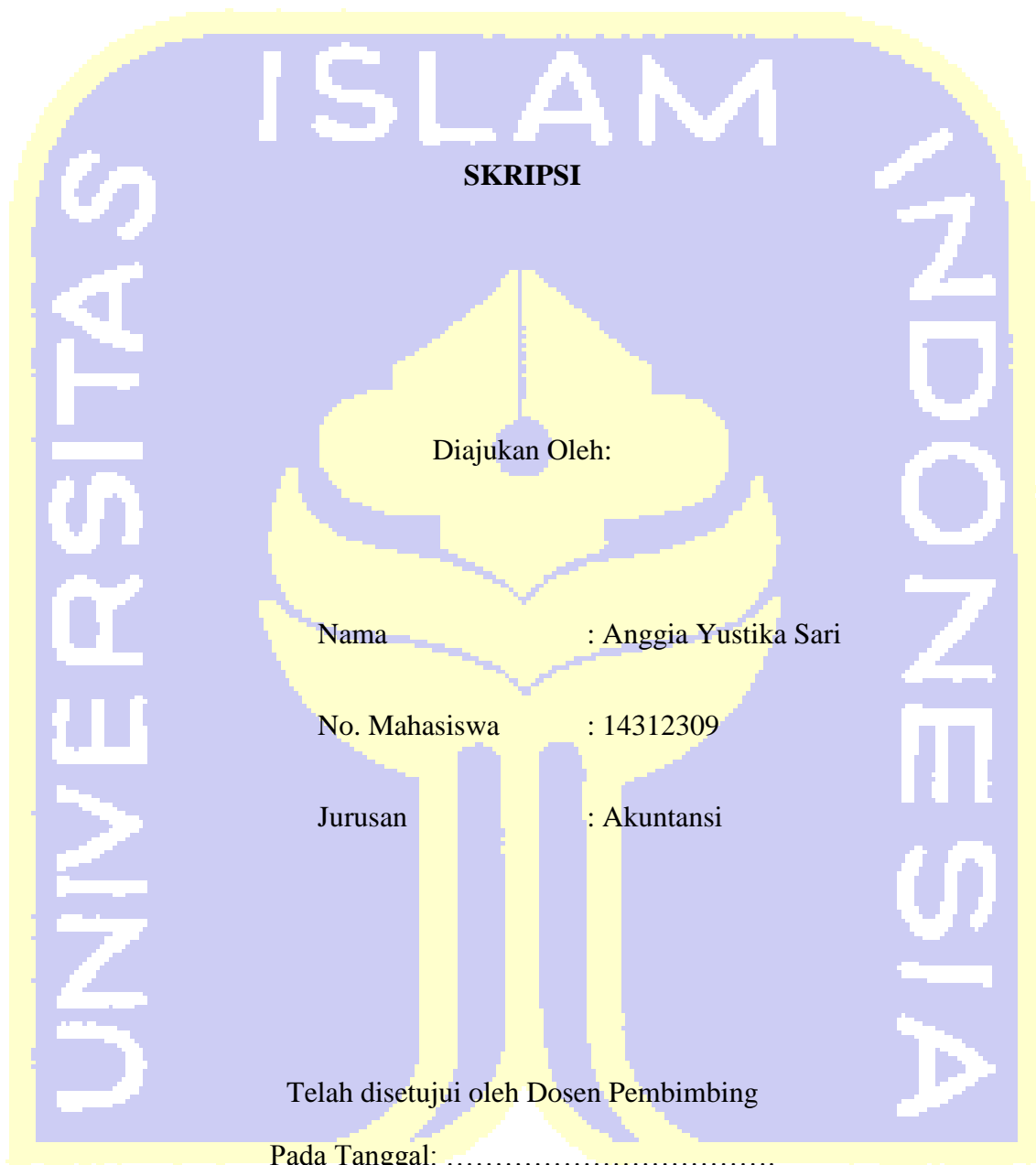
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2018**

Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce

SCAN



Dosen Pembimbing

(Sigit Handoyo Drs., M.Bus.)

## SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Akuntansi,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Anggia Yustika Sari

No. Mahasiswa : 14312309

Jurusan : Akuntansi

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Agustus 2018

Penulis,



(Anggia Yustika Sari)

## BERITA ACARA

### BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS TERHADAP PENERAPAN PAJAK ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE**

Disusun Oleh : **ANGGIA YUSTIKA SARI**

Nomer Mahasiswa : **14312309**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 18 September 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Sigit Handoyo, SE., M.Bus

Penguji : Reni Yendrawati, Dra., M.Si.



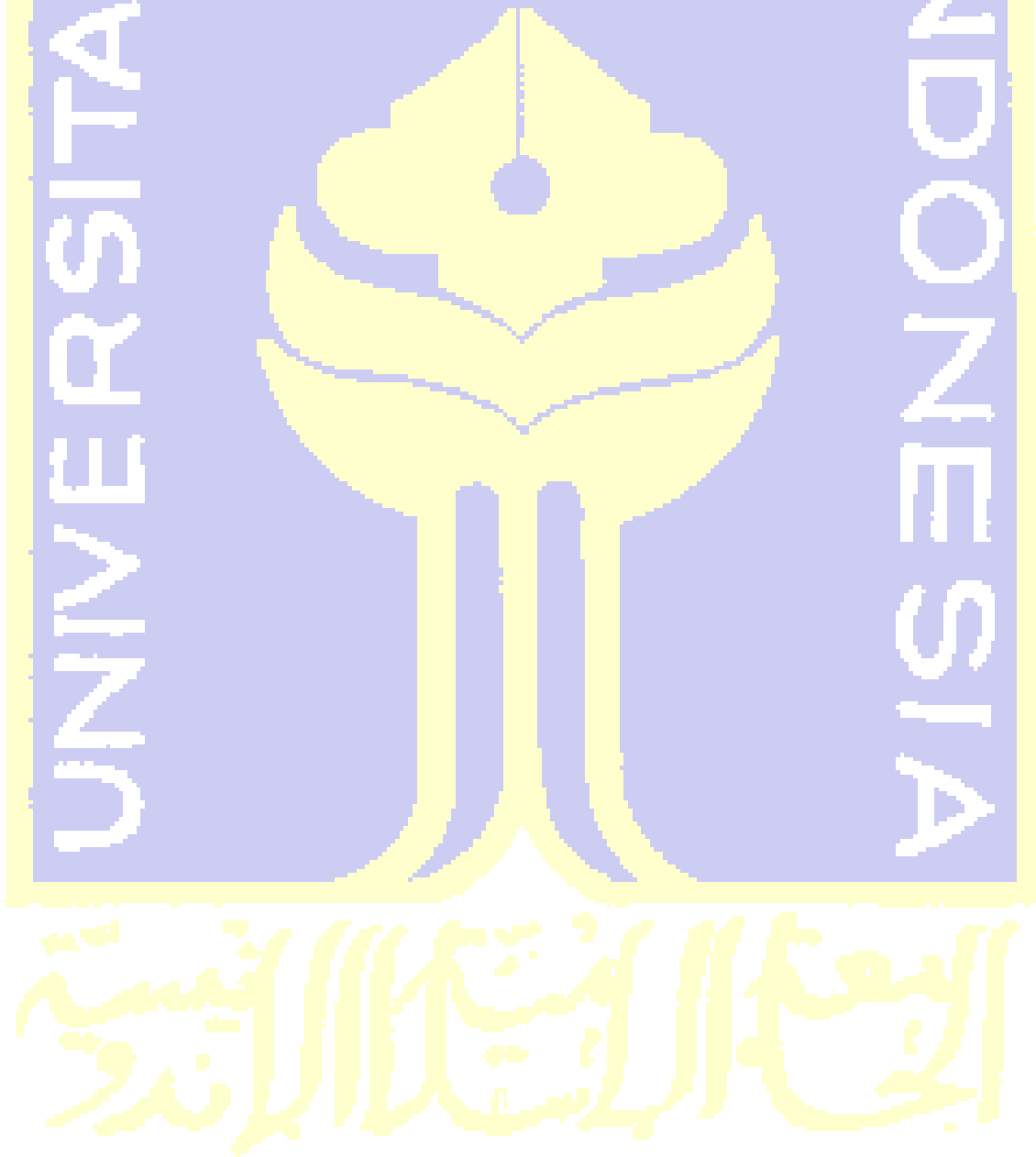
Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Jaja Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim dengan mengucapkan rasa syukur atas rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar. Karya sederhana ini ku persembahkan untuk ayah ibu yang selama ini sudah memberikan doa dan semangat agar dapat menyelesaikan kuliah dengan baik dan mendapatkan gelar sarjana. Untuk keluarga besar serta teman-teman yang selalu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.



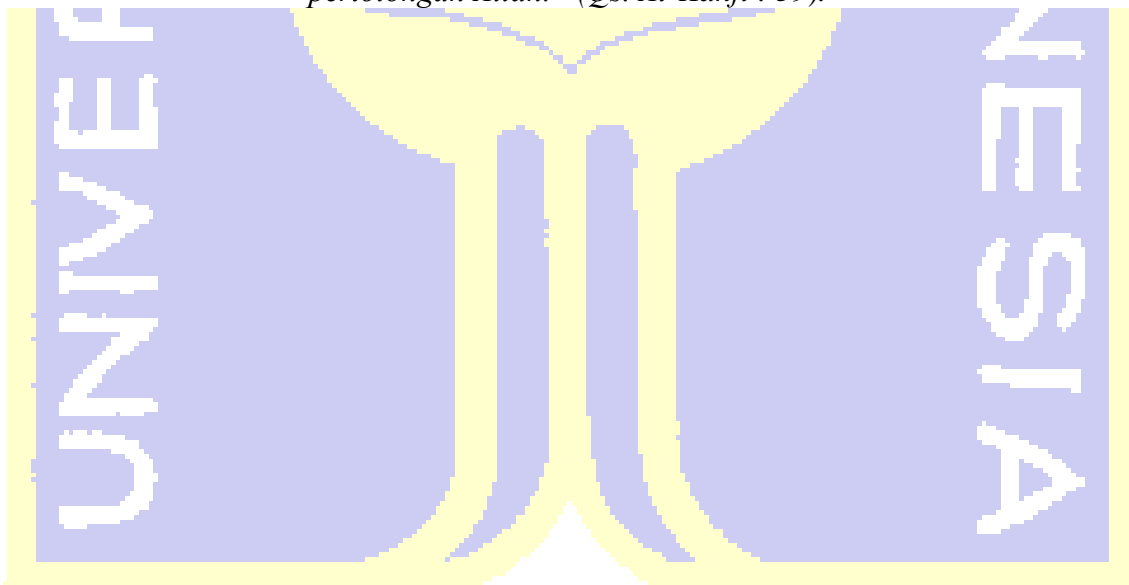
## HALAMAN MOTTO

“Mungkin Perjalanan Kita Tidak Sempurna, Tapi Pembelajaran Kita Yang Sempurna.” (Jaya Setiabudi – Kitab Anti Bangkrut)



مَا شَاءَ اللَّهُ لَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ

*“Sungguh atas kehendak Allah semua ini terwujud, tiada kekuatan kecuali dengan pertolongan Allah.” (Qs. Al-Kahfi : 39).*



الجامعة الإسلامية

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan pajak *e-commerce* di Indonesia, faktor pendukung dari penerapan Pajak terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah Indonesia, serta kendala apa saja yang dialami dalam melakukan penerapan Pajak terhadap transaksi *e-commerce*. Wawancara semi-terstruktur ini dilakukan terhadap 4 orang informan yang mewakili dari sisi Fiskus dan Wajib Pajak. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif sehingga dalam mengumpulkan data penulis melakukan metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang selanjutnya hasilnya akan dijabarkan sesuai dengan apa adanya saat pengumpulan data. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pajak terhadap transaksi *e-commerce* wajib dikenakan kepada para pedagang online mengingat peraturan perpajakan sudah jelas adanya dan pendapatan tertinggi negara di dapatkan dari sektor perpajakan. Namun para pelaku bisnis *e-commerce* yang belum maksimal, sosialisasi yang belum dilakukan secara menyeluruh dan transaksi *e-commerce* yang sulit di deteksi wujud usahanya yang mendatangkan masalah tersendiri, yaitu sulitnya pemerintah menetapkan peraturan pajak yang jelas dan adil.

**Kata Kunci** : Pajak, Bisnis *E-Commerce*, Indonesia



## ABSTRACT

*This research aims to determine the implementation of e-commerce tax in Indonesia, the supporting factors of e-commerce implementation throughout Indonesia, and also what can be done for e-commerce transactions. Semi-structured interviews were conducted on 4 informants who took sides from the side of the Fiskus and Taxpayers. Method of data analysis in this research using descriptive method. In collecting data the authors do the interview method, and the next will be described in accordance with what is when released data. The results of this study proves that the tax on e-commerce transactions must be in use to the online creators to obtain information from the taxation sector. But the e-commerce business is not maximized, the socialization has never been done in real and e-commerce transactions are difficult in the detection of its business that brings its own problems, namely the difficulty of the government to establish a clear tax rules and fair.*

**Keyword:** Tax, Business E-Commerce, Indonesia

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat Islam dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan yang berdasarkan iman untuk melihat kebesaran Allah SWT dan senantiasa memberikan syafaat yang tiada putusnya kepada seluruh umat Islam.

Penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce**” disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ini menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia yang luar biasa kepada penulis. Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang senantiasa memberikan syafaat serta teladan bagi penulis.
3. Orangtua tercinta, Ibu Nani Yuniarti dan Bapak Abdullah Sugiaman. Terimakasih sebesar-besarnya untuk semua perjuangan, doa dan restu dari Ayah dan Ibu yang tidak ada henti-hentinya di panjatkan selepas beribadah demi anak-anak tercintanya. Semoga Ayah dan Ibu selalu dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, dan Allah selalu meridhoi setiap keputusan dan pengorbanan Ayah dan Ibu.

4. Adik tercinta, Muhammad Angga Kusuma, selalu memberikan dukungan dan semangat dalam kehidupan penulis.
5. Om Ayub, A Fajar, Tante Uchu, Tante Eneng, Mba Lisa, Mba Ade, yang senantiasa membimbing dan memberi motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan studi S1 Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Keluarga dan kerabat lainnya dari penulis terutama untuk Biro Jodoh, Kadang Solehah yang menjadi sahabat curhat dan penyemangat semenjak di dalam kandungan. Mantap.
7. Bapak Sigit Handoyo Drs., M.Bus. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan ilmu dan nasihat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga segala ilmu-ilmu dan kebaikan Bapak akan menjadi ladang pahala dan dibalas oleh Allah SWT.
8. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh pimpinan universitas.
9. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
10. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S.Si, M.Com., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Akuntansi FE UII beserta seluruh jajaran pengajar program studi Akuntansi atas segala ilmu yang penulis peroleh.
11. Tiara Anisa U dan Mega Putri Rahmasari terimakasih dukungan yang tak pernah henti untuk penulis di setiap kondisi terutama dalam proses pengerjaan skripsi. Terima kasih atas motivasinya untuk selalu mendorong penulis agar menjadi pribadi yang lebih baik.

12. Anef, Asep, Nurwan, Sani, Eneng, Aneu, Astri, Mita dan Tria, selaku teman dekat penulis sejak SMA. Terimakasih sudah memberikan dukungan dan menjadi tempat curhat keluh kesah kehidupan kuliah.
13. Ningrum dan Lita terima kasih karena selalu perhatian pada kondisi apapun terutama dalam proses pengerjaan skripsi. Terima kasih karena selalu sedia pelukan penenang!.
14. Nurul Fatimah selaku teman baik penulis sejak semester 2. Terima kasih atas support dan rasa khawatirnya terutama dalam proses pengerjaan skripsi.
15. Cute-Cute Di Langit; Aya, Uyuy, Jahe, Icha yang tiada hentinya memberikan kebahagiaan dan motivasi untuk penulis terutama dalam proses pengerjaan skripsi, terima kasih karena selalu jadi pemicu agar selalu bertahan di akuntansi.
16. Tiara Safura dan Rumia terima kasih karena selalu menjadi pendengar keluh kesah setia penulis terutama dalam proses pengerjaan skripsi.
17. Telur Di gembokin KKN130; Terutama untuk Rembulan Selaras dan Ardianto, terima kasih karena selalu ada dalam kondisi apapun.
18. Direktorat Jendral Pajak; Mas Linggo, Pak Ogi, Pa Deddy, Sekretaris PP I, Rydha, Praya dan Wajib pajak terima kasih telah memberikan ilmu dan bersedia menjadi narasumber penulis. Barakallah.
19. Adinda Soraya, terima kasih senantiasa membantu mengkoreksi bahasa terutama pada saat pengerjaan skripsi ini.
20. Dosen-dosen, karyawan-karyawan yang ada di Fakultas Ekonomi UII.
21. Teman-teman kepanitiaan dan organisasi SAP 6, Training Organisasi 2017, PLASMA UII, IKPMC, Media dan Informasi, Buronan Garcia, Aneflicious.

Semoga Allah SWT, selalu melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah-Nya bagi seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam segala hal. Dalam hal ini, penulis

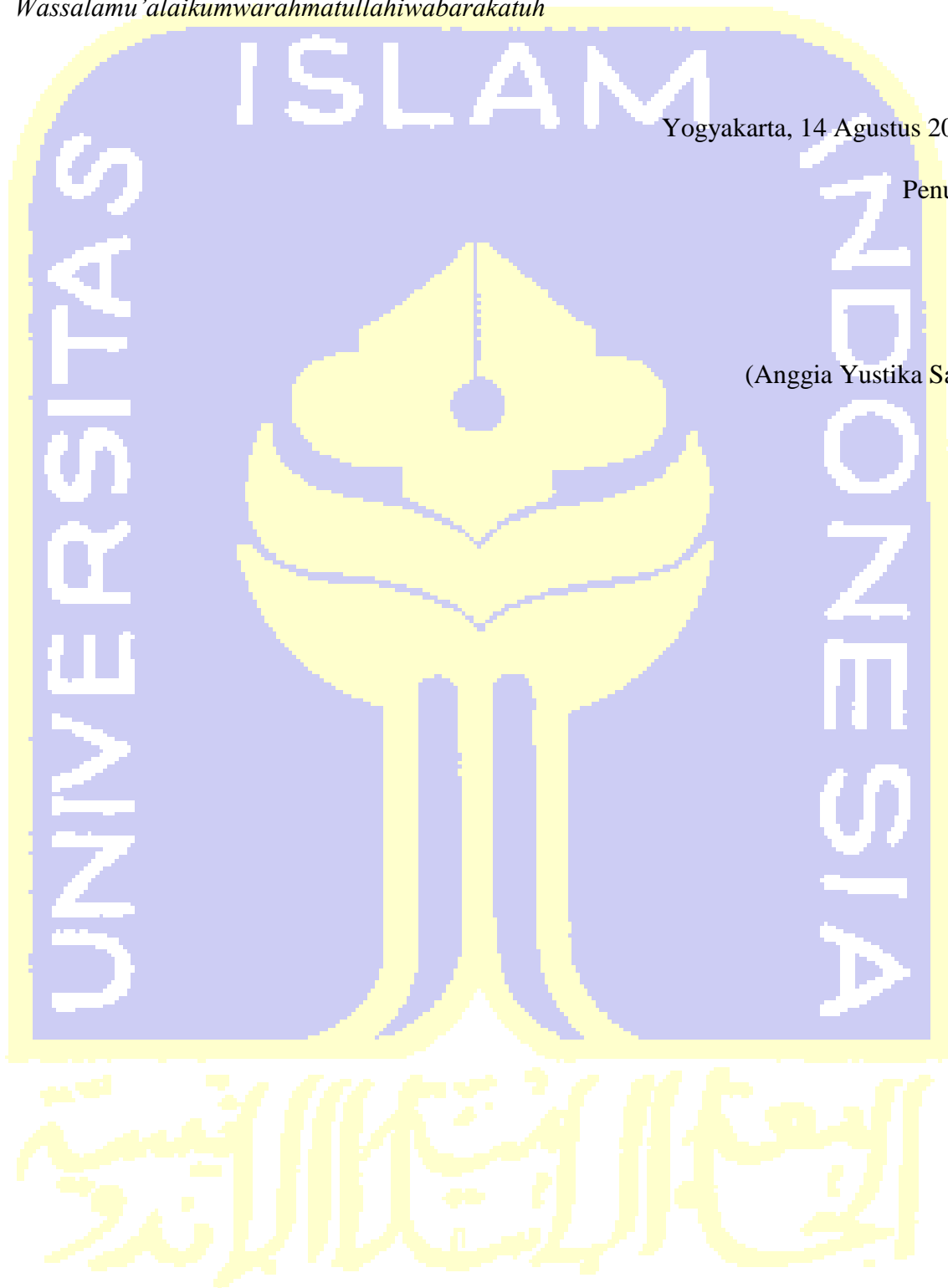
menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikumwarahmatullahiwabarakatuh*

Yogyakarta, 14 Agustus 2018

Penulis

(Anggia Yustika Sari)



## DAFTAR PUSTAKA

Halaman Sampul.....	i
Halaman Pengesaha.....	ii
Halaman Judul.....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Halaman Berita Acara.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Halaman Motto.....	vii
Abstrak.....	ix
Kata Pengantar.....	xi
Daftar Isi.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistemasi Penulisan Skripsi.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1. Pajak.....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Pengertian Pajak.....	7
2.1.2. Ciri-ciri Pajak.....	7
2.1.3. Fungsi Pajak.....	8
2.1.4 Subjek Pajak.....	9
2.1.5 Objek Pajak .....	10
2.1.6 Jenis Pajak.....	11
2.1.7 Cara Pemungutan Pajak .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2 E-Commerce.....</b>	<b>13</b>
2.2.1 Pengertian Bisnis Online dan E-Commerce.....	13
2.2.2 Perkembangan E-Commerce.....	15
2.2.3 Komponen E-Commerce.....	16

2.2.4 Manfaat E-Commerce.....	17
<b>2.3 Pajak terhadap transaksi E-Commerce.....</b>	<b>18</b>
2.3.1 Pajak yang dikenakan terhadap transaksi E-Commerce.....	18
2.3.2 Jenis-jenis transaksi E-Commerce.....	23
<b>2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>26</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Objek Penelitian.....	28
3.3 Subjek Penelitian.....	29
3.4 Metode dan Desain Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
<b>4.1 Profil Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak.....</b>	<b>35</b>
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak.....	35
4.1.2 Visi dan Misi Direktorat Jendral Pajak.....	37
4.1.3 Struktur Organisasi Direktorat Jendral Pajak.....	38
4.1.4 Produk Kantor Direktorat Jendral Pajak.....	40
<b>4.2 Pajak Dalam Transaksi E-Commerce.....</b>	<b>41</b>
4.2.1 Pemahaman terhadap Pajak dalam Transaksi E-Commerce (Gambaran umum).....	41
4.2.2 Sistem Pelaksanaan Pajak Terhadap Transaksi E-Commerce.....	43
<b>4.3 Faktor Pendukung Penerapan Pajak atas Transaksi E-Commerce.....</b>	<b>60</b>

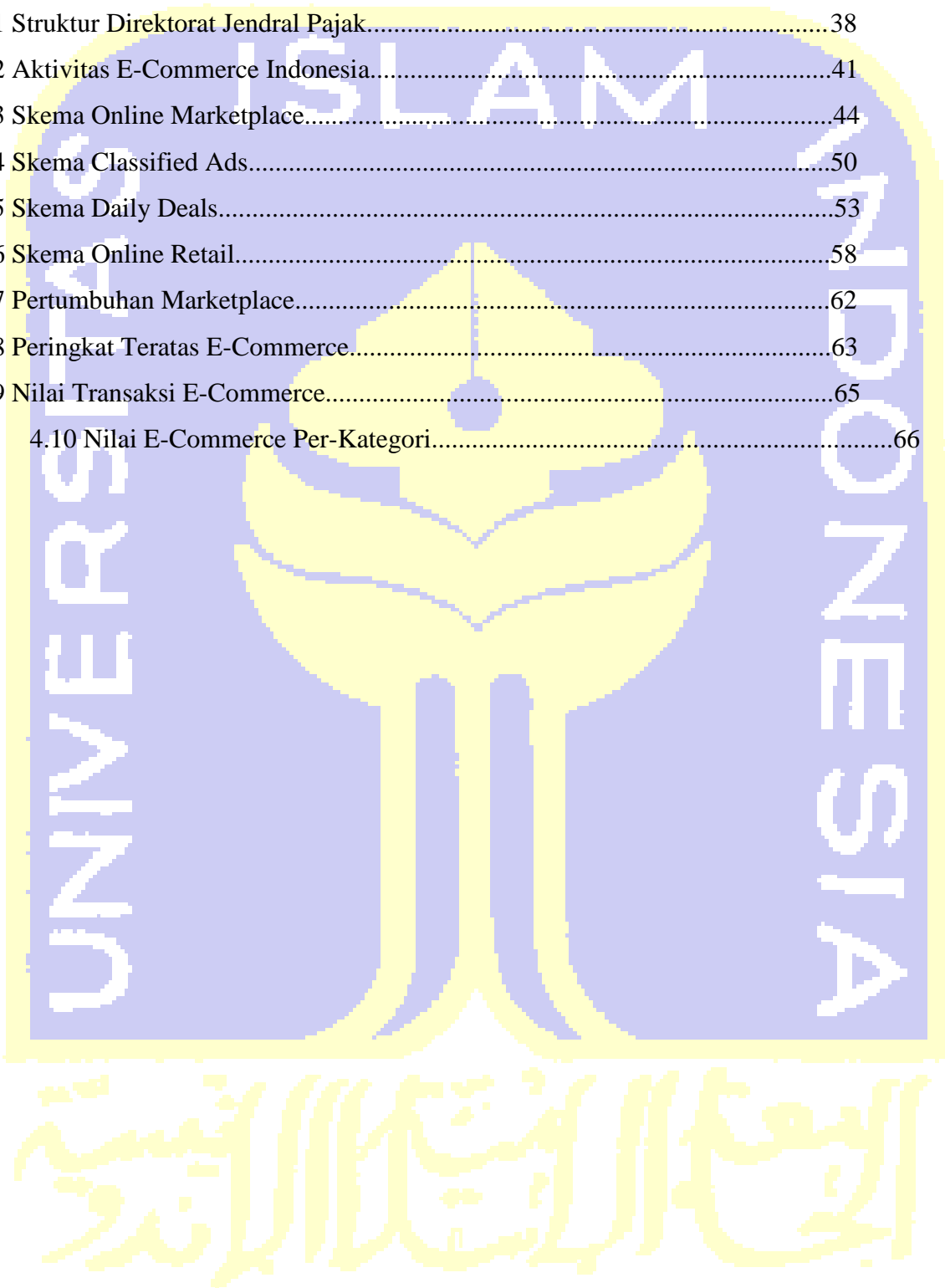
4.3.1 Kemudahan Sistem Jual Beli Barang atau Jasa pada Toko <i>Online</i> dibandingkan Oleh Sistem Jual Beli pada Toko Konvensional.....	60
4.3.2 Penegasan terhadap Aspek Perpajakan atas Transaksi <i>E-Commerce</i> .....	64
<b>4.4 Kendala yang di hadapi dalam Penerapan Pajak E-Commerce di Indonesia.....</b>	<b>67</b>
4.4.1 Transaksi <i>E-Commerce</i> yang Sulit di Deteksi Wujud Usahanya.....	67
4.4.2 Kesadaran serta Pemahaman Perpajakan Wajib Pajak yang belum maksimal.....	70
4.4.3 Sosialisasi belum dilakukan secara menyeluruh.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
5.1 KESIMPULAN.....	73
5.2 SARAN.....	76
<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>





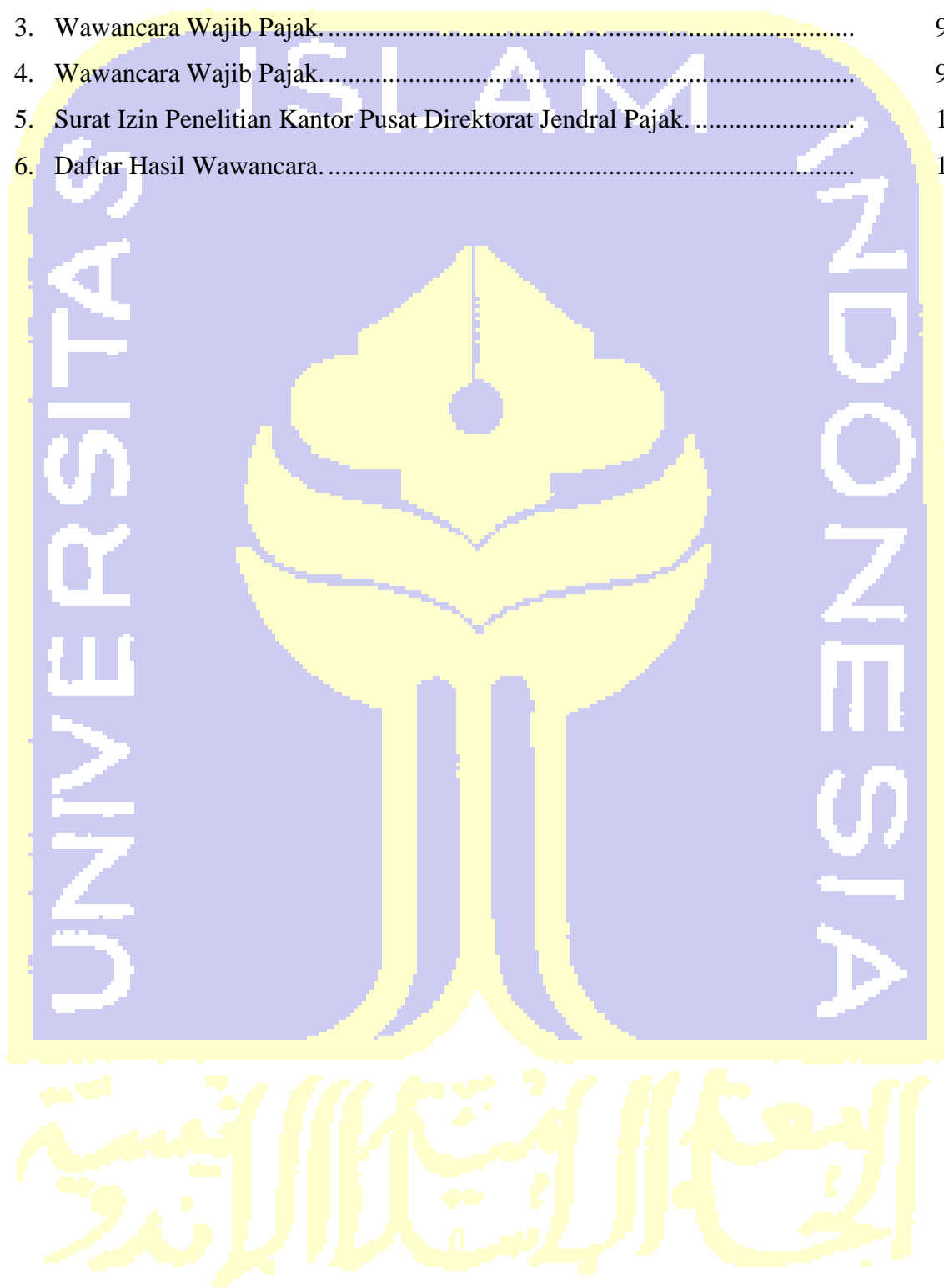
## DAFTAR GAMBAR

1.1 Potensi E-Commerce. ....	2
2.1 Contoh E-Commerce .....	25
4.1 Struktur Direktorat Jendral Pajak.....	38
4.2 Aktivitas E-Commerce Indonesia.....	41
4.3 Skema Online Marketplace.....	44
4.4 Skema Classified Ads.....	50
4.5 Skema Daily Deals.....	53
4.6 Skema Online Retail.....	58
4.7 Pertumbuhan Marketplace.....	62
4.8 Peringkat Teratas E-Commerce.....	63
4.9 Nilai Transaksi E-Commerce.....	65
4.10 Nilai E-Commerce Per-Kategori.....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Wawancara Fiskus .....	81
2. Wawancara Wajib Pajak .....	92
3. Wawancara Wajib Pajak .....	95
4. Wawancara Wajib Pajak .....	99
5. Surat Izin Penelitian Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak .....	102
6. Daftar Hasil Wawancara .....	103



## BAB I

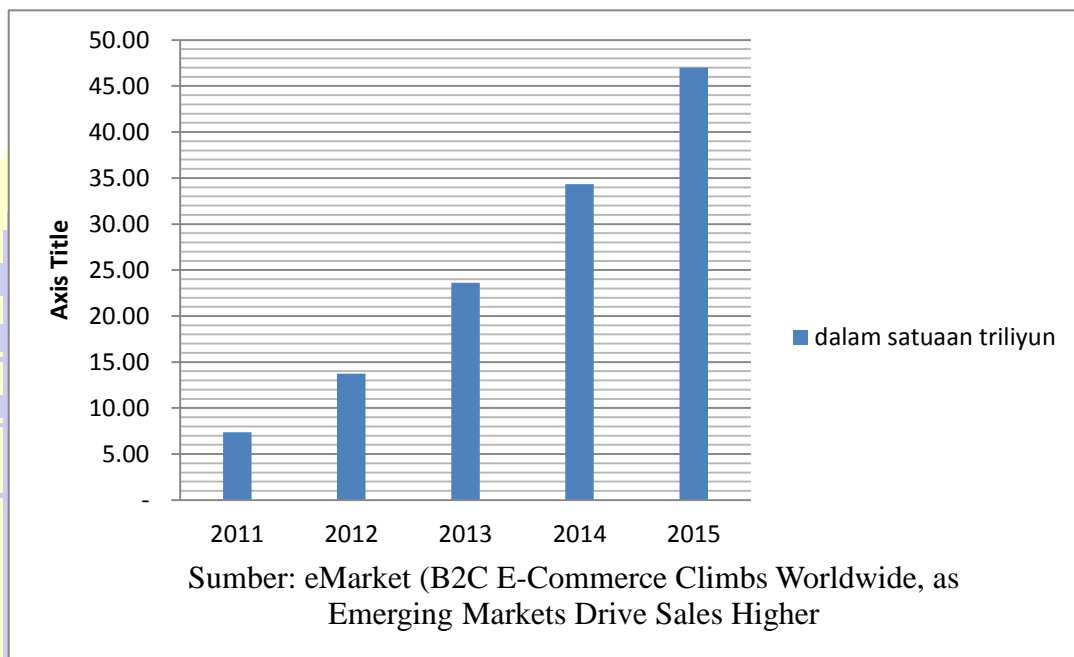
### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang terjadi saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin meningkat. Menurut data dari *Internet World Stats* per-tahun 2017, total pengguna internet mencapai 4,156 milyar orang. Internet memiliki manfaat salah satunya dalam bidang ekonomi. Dengan adanya perkembangan teknologi, internet dapat merubah proses transaksi jual beli dari transaksi penjualan konvensional kepada penjualan secara *online*.

Bisnis *e-commerce* di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam bidang perdagangan *e-commerce* bukan hanya tumbuh sangat pesat di Indonesia, namun juga ekosistem yang menyertainya akan meningkat pesat. Menjalankan usaha di internet dipercaya akan lebih mudah dan membutuhkan biaya yang lebih sedikit dibandingkan melakukan usaha secara konvensional. Karena perkembangan inilah yang membuat bisnis *e-commerce* ramai dilakukan di Indonesia, mulai dari menjual barang hingga menjual jasa.

Berdasarkan hasil survey Pengguna Digital Indonesia yang di ambil dari We Are Social & Hootsuite's Digital in 2017 Report, total populasi adalah sebesar 256,4 juta dimana pengguna internet mencapai 132,7 juta serta pengguna aktif media sosial sebesar 130 juta. Dalam 30 hari terakhir tahun 2017 menyebutkan bahwa pemanfaatan internet di bidang ekonomi sebesar 45% untuk transaksi jual online, 45% untuk mengunjungi online retail, 40% untuk membeli barang online. Semakin meningkatnya pengguna internet yang diprediksi mencapai 270 juta populasi pada musim mendatang, popularitas sosial media dan penetrasi telepon seluler yang bisa menjadi peranti akses

internet, maka diperkirakan transaksi *e-commerce* akan semakin melonjak ditahun - tahun berikutnya.



Gambar 1.1

Jumlah populasi yang mencapai 250 juta penduduk membuat potensi perkembangan perdagangan elektronik Indonesia sangat besar. Data eMarketer menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pencapaian pada tahun 2011 adalah sebesar 7,39 triliun dan terus meningkat mencapai Rp 46,99 triliun pada 2015, dengan kurs rupiah Rp 13.200 per dolar Amerika. Sedangkan dilansir dari Kementerian Perindustrian & CITA, perbandingan nilai transaksi *marketplace* sendiri per-tahun 2016 dan per-tahun 2017, untuk Bukalapak.com dari 10 Triliun dan naik sangat tinggi di 40 Triliun, untuk Tokopedia.com dari 12 Triliun ke 26,4 Triliun. Hal ini dapat menjadi bukti bahwasannya bisnis terhadap transaksi *E-Commerce* di Indonesia merupakan pangsa pasar yang potensial.

Dengan adanya bukti terhadap peningkatan dalam transaksi *E-Commerce*, maka negara berpotensi mendapat tambahan penerimaan dari bisnis *e-commerce* tersebut. Kemudian proses transaksi yang dilakukan di penjualan *online* tergolong sederhana. Ditunjang dengan biaya operasional yang dikeluarkan lebih rendah dari pedagang konvensional pada umumnya serta menghasilkan omset yang lebih besar dari omset yang dihasilkan dari pedagang konvensional mengakibatkan perlunya pengadaan pemenuhan kewajiban perpajakan. Namun hal tersebut sangatlah tidak mudah bagi pemerintah untuk menentukan atau melaksanakan aturan kepada para pelaku bisnis online. Sebagian besar dari mereka menyatakan bahwa bisnis onlinenya tidak berbadan hukum seperti PT dan CV sehingga banyak yang menolak untuk membayar pajak.

Dengan demikian perlu ada ketegasan kembali dari pemerintah, agar semua kalangan para pelaku bisnis online baik yang skala besar maupun kecil dapat melaksanakan kewajibannya sebagai wajib pajak. Seperti yang telah diatur sebelumnya oleh pemerintah dalam dalam surat Direktur Jendral Pajak nomor S-702/PJ.332/2006, tentang legalitas dokumen dari transaksi e-commerce dan SuratEdaran No 62 Tahun 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce. Isi dari surat tersebut menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan perlakuan perpajakan antara transasksi e-commerce dan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya. Sesuai dengan ketentuan tersebut, maka tidak ada alasan apapun bagi para pelaku e-commerce untuk menghindari kewajiban perpajakannya (Anita Aprilia, 2014).

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak disusun dalam rangka mewujudkan keseragaman dalam memahami aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce*, yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce* sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Perdagangan *online* (*e-commerce*) juga sama dengan perdagangan secara konvensional,

yakni berpotensi untuk dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sedangkan untuk barang yang diperdagangkan dan Pajak Penghasilan (PPH) terhadap penghasilan yang diperoleh sebagai hasil dari perdagangan online itu sendiri. Sebagaimana diatur dalam pasal 4 ayat 1 Undang-Undang Pajak Penghasilan, objek dari pajak penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis. Penghasilan dari transaksi perdagangan online merupakan penghasilan yang jumlah keuntungannya wajar untuk dikenakan pajak penghasilan.

Beberapa penelitian yang berhubungan dengan analisis terhadap penerapan pajak atas transaksi e-commerce diantaranya penelitian oleh Anita Aprilia, Endang Siti Astuti, Nila Firdausi Nuzula (2014), Leonard Makalalang (2016) dan Lia Nurul Azmi Marpaung (2017) yang menunjukkan terdapat potensi perpajakan yang berasal dari intensifikasi terhadap adanya transaksi *e-commerce*. Dari latar belakang tersebut, skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk menganalisis penerapan pajak terhadap transaksi *E-commerce* di Indonesia guna mengetahui apakah faktor pendukung dari penerapan Pajak terhadap transaksi *E-commerce* di wilayah Indonesia serta kendala apa saja yang dialami dalam melakukan penerapan Pajak terhadap transaksi *E-Commerce*. Oleh karena itu, dalam skripsi ini hendak dilakukan penelitian berjudul Analisis Terhadap Penerapan Pajak atas Transaksi *E-Commerce*. Diharapkan analisa ini berguna bagi pengetahuan mengenai penerapan pajak *e-commerce* yang akan di berlakukan nantinya.

### **1.1 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang didapatkan dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum mengenai Penerapan Pajak terhadap Transaksi *E-Commerce*?

2. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dalam Penerapan Pajak terhadap Transaksi *E-Commerce*?

3. Bagaimana kendala dalam penerapan Penerapan Pajak terhadap Transaksi *E-Commerce*?

## 1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana gambaran umum mengenai Penerapan Pajak terhadap Transaksi *E-Commerce*

2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dalam Penerapan Pajak terhadap Transaksi *E-Commerce*

3. Untuk mengetahui kendala apa saja yang terdapat dalam Penerapan Pajak terhadap Transaksi *E-Commerce*

## 1.3 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang hendak Peneliti Selanjutnya meneliti permasalahan sejenis.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat melaksanakan peraturan terkait dengan kebijakan dan pelaksanaan perutkaran informasi untuk tujuan pajak serta diharapkan penelitian ini menjadi bahan referensi dalam hal mendalami kebijakan dan pelaksanaan pertukaran informasi untuk tujuan pajak serta menjadi bahan bacaan dalam ilmu perpajakan.

## 1.4 Sistemasi Penulisan Skripsi

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan mengenai Jenis Pajak, Asas Pemungutan, PPh pasal 21, PPh Final, PPN, dan tinjauan penelitian terdahulu.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, objek penelitian, subjek penelitian, metode dan desain penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak terdiri dari sejarah dan perkembangan Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak, visi dan misi Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak, struktur organisasi Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak, serta produk Kantor Direktorat Jendral Pajak. Bab ini menjelaskan tentang kendala dan faktor pendukung dalam penerapan Tax E-Commerce di Indonesia.

### BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran yang penulis tuju kepada pihak Kantor Direktorat Jendral Pajak serta Wajib Pajak.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Pajak

##### 2.1.1 Pengertian Pajak

Menurut Prof. Dr. Djajadiningrat yang dikutip dari buku Siti Resmi, pajak adalah suatu kewajiban untuk menyerahkan sebagian kekayaan negara karena suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu. Pungutan tersebut bukan sebagai hukuman, tetapi menurut peraturan-peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dipaksakan untuk tidak ada jasa balik dari negara secara langsung, misalnya memelihara kesejahteraan umum.

Menurut Dr. Soeparman Soemihamijaya yang dikutip dari buku Waluyo, pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma-norma hukum guna menutup biaya produksi barang-barang dan jasa-jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum.

Dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan salah satu usaha untuk mewujudkan kemandirian suatu bangsa atau negara dalam pembiayaan pembangunan adalah menggali sumber dana yang berasal dari dalam negeri berupa pajak yang digunakan untuk membiayai pembangunan yang berguna untuk kepentingan bersama.

##### 2.1.2. Ciri-ciri Pajak

Berdasarkan Undang Undang KUP Nomor 28 Tahun 2007, pajak memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Pajak merupakan kontribusi wajib warga negara
2. Pajak bersifat memaksa untuk setiap warga negara

3. Warga negara tidak mendapat imbalan langsung
4. Berdasarkan undang-undang

### 2.1.3. Fungsi Pajak

Fungsi pajak menurut Siti Resmi (2016) terdiri atas:

#### 1. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak mempunyai fungsi *budgetair*, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi maupun intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak seperti pajak penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan lain-lain.

#### 2. Fungsi regulasi (mengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi, serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

Berdasarkan penjelasan fungsi pajak, dapat disimpulkan bahwa pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran rutin maupun pembangunan dan untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah.

#### 2.1.4 Subjek Pajak

Menurut Siti Resmi (2016), Subjek Pajak Penghasilan adalah segala sesuatu yang mempunyai potensi untuk memperoleh penghasilan dan menjadi sasaran untuk dikenakan Pajak Penghasilan. Dalam Undang-undang No.6 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-undang No. 16 Tahun 2000, tidak terdapat penjelasan apa yang dimaksud dengan subjek pajak, tetapi pengertian wajib pajak dijelaskan sebagai orang atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, ditentukan untuk melakukan kewajiban pajak.

Sedangkan subjek pajak dalam Undang-undang No. 7 Tahun 1983 (Undang-undang Pajak Penghasilan 1983) dijelaskan secara panjang lebar. Pasal 2 (1) PPh menentukan yang menjadi subjek pajak dalam PPh adalah:

1. Orang pribadi atau perorangan;
2. Warisan yang belum dibagi, sebagai suatu kesatuan menggantikan yang berhak;
3. Badan, yang mempunyai berbagai bentuk yang sifatnya berbeda satu sama lain, terdiri dari:
  - a. Perseroan Terbatas (PT), Naamlose Vennotschap (NV);
  - b. Perseroan Komanditer;
  - c. Badan Usaha Milik Negara (BUMN, dapat berupa perjan, Persero dan Perum);
  - d. Badan Usaha Milik Daerah (BUMD);
  - e. Persekutuan (maatschap);
  - f. Perseroan atau perkumpulan lainnya (Vennooschap atau organisasi lainnya), baik berbadan hukum ataupun tidak);
  - g. Firma, kongsi;

- h. Perkumpulan koperasi;
- i. Yayasan atau lembaga;

4. Bentuk usaha tetap

Undang-undang No.16 Tahun 2000 memberikan pengertian yang sangat luas terhadap badan yaitu sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, Firma, Kongsi, Koperasi, Dana Pensiun, Persekutuan, Perkumpulan, Yayasan, Organisasi Massa, Organisasi Sosial Politik, atau Organisasi sejenis lembaga, bentuk usaha tetap dan bentuk badan lainnya.

**2.1.5 Objek Pajak**

Objek pajak merupakan segala sesuatu (barang, jasa, kegiatan, atau keadaan) yang dikenakan pajak.

1. Keadaan

Kekayaan seseorang pada suatu saat tertentu, memiliki kendaraan bermotor, radio, televisi, memiliki tanah atau barang tak bergerak, menempati rumah tertentu (kebanyakan secara statis/tetap);

2. Perbuatan

Melakukan penyerahan barang karena perjanjian, mendirikan rumah atau gedung, mengadakan pertunjukan atau keramaian, memperoleh penghasilan, berpergian ke luar negeri;

3. Peristiwa

Kematian, keuntungan yang diperoleh secara mendadak, anugerah yang diperoleh karena tidak terduga, pokoknya segala sesuatu yang terjadi diluar kehendak manusia.

Menurut Resmi (2014:79), definisi objek pajak penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak (WP), baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun.

Dilihat dari mengalirnya tambahan kemampuan ekonomis subjek pajak, menurut Resmi (2014:80), penghasilan dapat dikelompokkan menjadi :

1. Penghasilan dari pekerjaan dalam hubungan kerja dan pekerjaan bebas seperti gaji, honorarium, penghasilan dari praktik dokter, notaris, aktuaris, akuntan, pengacara, dan sebagainya
2. Penghasilan dari usaha atau kegiatan
3. Penghasilan dari modal, yang berupa harta gerak ataupun harta tak gerak seperti bunga, dividen, royalti, sewa, keuntungan penjualan harta atau hak yang tidak dipergunakan untuk usaha, dan lain sebagainya.
4. Penghasilan lain-lain, seperti pembebasan utang, hadiah, dan lain sebagainya.

#### **2.1.6 Jenis Pajak**

Terdapat berbagai jenis pajak yang dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu pengelompokan menurut golongan, menurut sifat, dan menurut lembaga pemungutnya (Resmi, 2016)

1. Menurut Golongannya

- b. Pajak langsung adalah pajak yang bebannya harus ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak yang bersangkutan dan tidak dapat dialihkan kepada pihak lain.

Contoh : Pajak Penghasilan (PPh).

- c. Pajak tidak langsung, pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga.

Contoh : Pajak Penjualan dan Pajak Pertambahan Nilai (PPn)

## 2. Menurut Sifatnya

- b. Pajak subjektif, pajak yang pengenaannya memperhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak atau pengenaan pajak yang memperhatikan keadaan subjeknya.
- c. Pajak objektif, pajak yang pengenaannya memperhatikan objeknya, baik berupa benda, keadaan, perbuatan, maupun peristiwa yang mengakibatkan timbulnya kewajiban membayar pajak tanpa memperhatikan keadaan pribadi Subjek Pajak (Wajib Pajak) dan tempat tinggal

## 3. Menurut lembaga Pemungutnya

- b. Pajak negara (Pajak Pusat), pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya.

Contoh : Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPn) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan)

- c. Pajak Daerah, pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik daerah tingkat 1 (pajak provinsi), maupun pajak tingkat II (pajak

kabupaten/kota) dan digunakan untuk membiayai rumah tangga masing-masing.

Contoh : Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Reklame, Pajak Parkir, Pajak Restoran, Pajak Hiburan

### 2.1.7 Cara Pemungutan Pajak

Menurut Siti Resmi (2016) asas pemungutan pajak dibagi menjadi tiga, yaitu:

#### 1. Asas Domisili ( Asas Tempat Tinggal )

Asas ini menyatakan bahwa negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan Wajib Pajak yang bertempat tinggal diwilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun luar negeri.

#### 2. Asas Sumber

Asas ini menyatakan bahwa negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal Wajib Pajak.

#### 3. Asas Kebangsaan

Asas ini menyatakan bahwa pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu Negara.

## 2.2 E-Commerce

### 2.2.1 Perkembangan E-Commerce

Jumlah pembeli dan transaksi jual beli *online* yang terus meningkat drastis dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa bisnis *online* akan terus berkembang, dan diperkirakan trend positif tersebut akan terus berlanjut setidaknya lima tahun ke depan. Data dan fakta tentang semakin meningkatnya jumlah transaksi online membuat banyak pebisnis yang mulai melirik dan bahkan beralih ke

bisnis *online*. Dari data yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo), Indonesia kini menjadi salah satu raksasa bisnis online atau *e-commerce* di wilayah Asia Pasifik. Dalam lima tahun terakhir, terhitung sejak tahun 2011, *bisnis online* terus berkembang.

### 1. Nilai Transaksi *Online*

Tahun 2016 telah berakhir. Di awal tahun 2017 ini, Menkominfo merilis data bahwa nilai transaksi *online* di Indonesia selama tahun 2016 mencapai angka US\$ 4,89 miliar, atau sekitar Rp. 68 triliun. Angka tersebut tentu merupakan angka perkiraan, sebab Sejalan dengan Yahya Tanjung, adalah pekerjaan yang sulit menghitung setiap transaksi *online* di Indonesia. Namun angka US\$ 4,89 miliar yang diperoleh selama 2016 tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan dengan nominal transaksi pada tahun 2015 yang sebesar US\$ 3,56 miliar.

### 2. Peningkatan Jumlah Konsumen

Tidak hanya dalam hal nilai transaksi, jumlah konsumen belanja online di Indonesia juga meningkat pada 2016 lalu, dan menduduki jumlah tertinggi selama lima tahun terakhir. Per Desember 2016, terdapat 8,7 juta konsumen yang bertransaksi di toko online, jumlah ini meningkat pesat dibandingkan dengan jumlah konsumen tahun 2015 yang hanya sebesar 7,4 juta konsumen. Kemenkominfo memprediksikan bahwa pada tahun 2017 ini, jika menilik dari *trend* peningkatan jumlah konsumen dari 5 tahun sebelumnya, diprediksikan akan mencapai angka 9,3 juta konsumen.

### 3. Faktor Pendorong

Peningkatan jumlah transaksi online dan konsumen yang berbelanja di toko online ini salah satunya disebabkan oleh terus meningkatnya jumlah



pengguna internet di Indonesia. Pada tahun 2014, jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 88,1 juta pengguna. Pada tahun 2015 meningkat menjadi 93,4 juta pengguna, dan pada tahun 2016 kembali meningkat menjadi 100,1 juta pengguna.

#### 4. Target dan Prediksi Bisnis Online ke Depan

Menkominfo Rudiantara menargetkan, pada tahun 2020 bisnis *e-commerce* bisa menembus nilai US\$ 130 miliar. Sementara menurut eMarketer, penjualan ritel *e-commerce* di Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 5,29 miliar pada tahun 2017 ini.

Pertumbuhan tersebut tidak lepas dari semakin banyaknya pemain asing yang ikut meramaikan bisnis *e-commerce* di Indonesia sebab melihat trend perkembangan yang positif dari tahun ke tahun.

#### 2.2.2 Pengertian Bisnis Online dan E-Commerce

Bisnis Online adalah suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan di media internet untuk menghasilkan uang. Seperti halnya sebuah kegiatan bisnis di kehidupan nyata, bisnis online yang di jalankan via Internet ini pun memiliki tujuan yang sama yaitu menghasilkan suatu keuntungan.

Menurut situs wikipedia.org, Bisnis online dikenal dan digambarkan sebagai Perdagangan elektronik. “Perdagangan elektronik atau e-dagang (bahasa Inggris: *Electronic Commerce, juga e-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya (Sakti, 2014). E-dagang dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis”.

Perdagangan Elektronik (*E-Commere = electronic commerce*) adalah bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara online dari sudut tempat mana pun. Dilansir dari buku Suyanto mengenai Strategi Periklanan pada *e-commerce* Perusahaan, menurut Kalakota dan Winston, definisi *E-Commerce* dapat ditinjau dari beberapa perspektif, yaitu:

- a. Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya.
- b. Dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
- c. Dari perspektif layanan, *e-commerce* merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
- d. Dari perspektif online, *e-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang ataupun informasi melalui internet dan sarana online lainnya”.

### **2.2.3 Komponen *E-Commerce***

Sejalan dengan Dewi Irmawati dalam Jurnal ilmiah Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Dunia Bisnis, *E-Commerce* memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara offline, yaitu:

- a. Produk: Banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet seperti komputer, buku, musik, pakaian, mainan, dan lain-lain.

- b. Tempat menjual produk (*a place to sell*): tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
- c. Cara menerima pesanan: e-mail, telepon, sms dan lain-lain.
- d. Cara pembayaran: Cash, cek, *bankdraft*, kartu kredit, *internet payment* (misalnya paypal).
- e. Metode pengiriman: pengiriman bisa dilakukan melalui paket, *salesman*, atau didownload jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misalnya *software*).
- f. *Customer service*: e-mail, formulir online, FAQ, telepon, chatting, dan lain-lain”.

#### 2.2.4 Manfaat *E-Commerce*

Menurut Suyanto, manfaat *E-Commerce* terbagi menjadi 3, yaitu:

1. Bagi organisasi pemilik *e-commerce*
  - a. Memperluas market place hingga ke pasar nasional dan internasional.
  - b. *E-Commerce* menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan, dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
  - c. *E-Commerce* mengurangi waktu antara *outlay modal* dan penerimaan produk dan jasa.
2. Bagi konsumen
  - a. *E-Commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi.
  - b. *E-Commerce* memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan, mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak vendor.

- c. *E-Commerce* menyediakan produk dan jasa yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
  - d. Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detil dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
3. Bagi masyarakat
- a. *E-Commerce* memungkinkan orang untuk bekerja didalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.
  - b. *E-Commerce* memungkinkan orang di Negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa *e-commerce*".

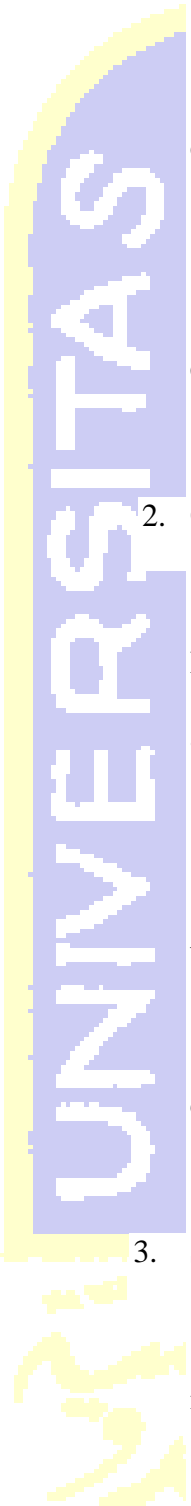
## 2.3 Pajak Terhadap Transaksi *E-Commerce*

### 3.3.1 Pajak yang dikenakan terhadap transaksi *E-Commerce*

#### 1. Pajak Penghasilan

Pajak penghasilan final merupakan pajak penghasilan yang pengenaannya sudah final (berakhir) sehingga tidak dapat dikreditkan (dikurangkan) dari total Pajak Penghasilan yang terutang pada akhir tahun pajak. Berdasarkan Pasal 4 ayat (2) UU PPh , pajak penghasilan yang bersifat final terdiri atas:

- a. Penghasilan berupa bunga deposito dan tabungan lainnya, bunga obligasi dan surat utang negara, dan bunga simpanan yang dibayarkan oleh koperasi kepada anggota koperasi orang pribadi
- b. Penghasilan berupa hadiah undian

- 
- c. Penghasilan dari transaksi saham dan sekuritas lainnya, transaksi derivatif yang diperdagangkan di bursa, dan transaksi penjualan saham atau pengalihan penyertaan modal pada perusahaan pasangannya yang diterima oleh perusahaan modal ventura
  - d. Penghasilan dari transaksi pengalihan harta berupa tanah dan/atau bangunan, usaha jasa konstruksi, usaha real estat, dan persewaan tanah dan/atau bangunan, dan
  - e. Penghasilan tertentu lainnya (penghasilan dari pengungkapan ketidakbenaran, penghentian penyidikan tindak pidana, dan lainlain).

## 2. Objek Pajak

Peraturan Pemerintah No 23 Tahun 2018 Objek pajak yang dikenakan Peraturan Pemerintah No 23 Tahun 2018 ini adalah:

- a. Penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4.800.000.000,- dalam setahun.
- b. Tidak termasuk penghasilan dari usaha adalah penghasilan dari jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas;
- c. Peredaran bruto merupakan peredaran bruto dari usaha, termasuk dari usaha cabang.

## 3. Subjek Pajak

Subjek pajak yang dikenakan Peraturan Pemerintah No 46 Tahun 2013 ini adalah:

1. Orang Pribadi

2. Badan tidak termasuk Bentuk Usaha Tetap (BUT) yang menerima penghasilan dari usaha dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4.800.000.000,- dalam setahun.

4. Tarif pajak

Tarif pajak yang digunakan pada PP nomor 23 tahun 2018 adalah PPh final dengan tarif 0,5% dari penghasilan bruto wajib pajak yang tidak melebihi 4,8 Miliar

5. Dasar Penentuan

Dikenakan PPh Final 0,5%. Pengenaan PPh didasarkan pada peredaran bruto dari usaha dalam satu tahun dari tahun pajak terakhir sebelum tahun pajak yang bersangkutan yang tidak melebihi Rp4.800.000.000,- (setahun atau disetahunkan dalam hal tahun terakhir meliputi kurang dari 12 bulan) termasuk usaha dari cabang, tidak termasuk peredaran bruto dari:

1. Jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas.
2. Penghasilan yang diterima atau diperoleh dari luar negeri.
3. Usaha yang atas penghasilannya telah dikenai pajak penghasilan yang bersifat final dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan tersendiri

6. Penghasilan yang dikecualikan sebagai objek pajak.

Dalam hal wajib pajak baru terdaftar pada tahun pajak yang sama sebelum Peraturan Pemerintah ini diberlakukan, maka dasar peredaran bruto adalah akumulasi peredaran bruto dari bulan berdiri sampai dengan bulan sebelum Peraturan Pemerintah ini berlaku yang disetahunkan. Bagi Wajib pajak yang baru terdaftar setelah Peraturan Pemerintah ini

diberlakukan, maka dasar peredaran bruto adalah peredaran bruto bulan pertama disetahunkan.

Dalam hal tahun berjalan, peredaran bruto sudah melebihi Rp4.800.000.000,- tetap dikenakan PPh final sampai dengan akhir tahun pajak dan tahun berikutnya dikenakan ketentuan PPh umum.

## 2. Pajak Pertambahan Nilai

PPN (Pajak Pertambahan Nilai) adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi (Siti Resmi, 2012:1). Dalam Dirjen Pajak, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) didefinisikan sebagai pajak yang dikenakan atas setiap pembelian Barang Kena Pajak dan pemanfaatan Jasa Kena Pajak baik di dalam wilayah Indonesia maupun dari luar daerah Pabean.

### 1. Objek PPN

- a. Penyerahan /impor/pemanfaatan/ekspor terhadap BKP /JKP/BKP tidak berwujud
- b. Kegiatan membangun sendiri yang dilakukan tidak dalam kegiatan usaha atau pekerjaan oleh orang pribadi atau badan yang hasilnya digunakan sendiri atau digunakan pihak lain.
- c. Penyerahan aktiva oleh PKP yang menurut tujuan semula aktiva tersebut tidak untuk diperjual belikan sepanjang pajak masukan yang dibayar pada saat perolehan menurut ketentuan dapat dikreditkan.

### 2. Subjek Pajak

Pengusaha Kena Pajak, yaitu pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau penyerahan Jasa

Kena Pajak yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang PPN, yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar Daerah Pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar Daerah Pabean.

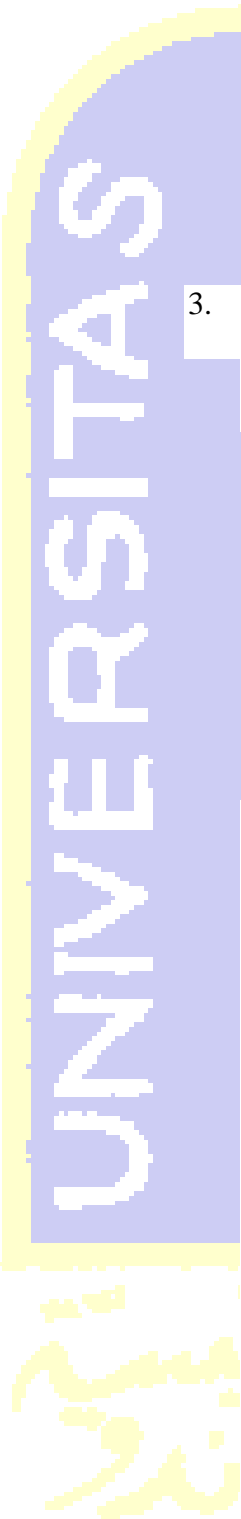
### 3. Tarif Pengenaan Pajak

#### 1. Tarif PPN adalah 10%.

Dikenakan atas setiap penyerahan BKP di dalam daerah pabean/impor BKP/penyerahan JKP di dalam daerah pabean/pemanfaatan BKP tidak berwujud dari luar daerah pabean di dalam pabean/pemanfaatan JKP dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean.

2. Tarif pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tersebut dapat diubah menjadi paling rendah 5% dan paling tinggi 15% yang perubahan tarifnya diatur dengan Peraturan Pemerintah. Hal ini dapat disebabkan berbagai faktor, misalnya pertimbangan perkembangan perekonomian Indonesia, sehingga tarif PPN bisa diturunkan. Sebaliknya, misalnya jika Pemerintah membutuhkan penerimaan pajak yang besar, sehingga tarif PPN bisa dinaikkan.

3. Tarif PPN sebesar 0% diterapkan atas Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud, Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, dan Ekspor Jasa Kena Pajak.





### 2.3.2 Jenis-jenis transaksi *E-Commerce*

Berdasarkan surat edaran No 62 Tahun 2013, ada 4 jenis transaksi Online yang akan masuk dalam perhitungan Pajak adalah sebagai berikut

#### 1. *Online Marketplace*

*Online Marketplace* adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa toko internet sebagai *Online Marketplace Merchant* untuk menjual barang dan/atau jasa. Dalam model transaksi ini, ada imbalan, dalam bentuk *rent fee* atau *registration fee*, atas jasa penyediaan tempat dan/atau waktu memajang iklan barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di toko internet melalui mall internet. Jumlah penjual banyak dengan karakteristik penjual toko permanen. Sistem penawaran, pemesanan, pembayaran dilakukan secara online, tetapi sistem pengiriman bisa dilakukan secara online ataupun offline. Selain itu, ada sejumlah uang yang dibayarkan oleh *Online Marketplace Merchant* ke penyelenggara *Online Marketplace* sebagai komisi atas jasa perantara pembayaran atas penjualan barang dan/atau jasa. Contoh dari *Online Marketplace* adalah Bukalapak, Tokopedia, Shopee.

#### 2. *Classified Ads*

*Classified Ads* adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang iklan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pengiklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Jumlah penjual banyak dengan karakteristik penjual adalah penjual insidental dimana penjual hanya menjual barang dagangannya pada kesempatan atau pada waktu-waktu tertentu. Sistem penawaran dilakukan secara online (di pasarkan pada web tersebut), sedangkan sistem pemesanan, sistem

pembayaran dan sistem pengiriman bisa dilakukan secara offline (di luar web tersebut atau langsung pada orang yang di promosikan). Kemudian pengiklan membayar sejumlah uang sebagai *transaction fee* kepada penyelenggara *Classified Ads* yang merupakan objek PPh dan PPN. Contoh dari *Classified Ads* adalah kaskus, tokobagus, berniaga.com, OLX.com.

### 3. **Daily Deals**

*Daily deals* merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan *voucher* sebagai sarana pembayaran. Jumlah penjual banyak dengan karakteristik penjualan toko hanya pada promo-promo sesaat. Sistem penawaran, pemesanan dilakukan secara online sedangkan untuk sistem pembayaran dan sistem pengiriman bisa dilakukan secara online ataupun offline dalam artian pembayaran dapat dilakukan langsung pada saat pembayaran ataupun melalui web tersebut serta pengiriman dapat langsung dikirim kepada web tersebut atau di ambil langsung pada toko yang bersangkutan. Contoh dari *Daily Deals* adalah groupon, disdus, traveloka, tiket.com, pegipegi, barang yang di jual seperti voucher ticket hotel, pesawat, dan makanan.

### 4. **Online Retail**

*Online Retail* adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan secara langsung oleh penyelenggara *Online Retail* kepada pembeli di situs *Online Retail*. Jumlah penjual hanya satu yaitu yang memiliki web tersebut dengan karakteristik penjualan toko permanen karena toko tersebut merupakan toko milik sendiri. Sistem penawaran dilakukan secara online, sedangkan sistem pemesanan, sistem pembayaran

dan sistem pengiriman bisa dilakukan secara online ataupun offline dalam artian pembayaran dapat dilakukan langsung pada saat pembayaran ataupun melalui web tersebut serta pengiriman diket bisa langsung dikirim kepada web tersebut atau di ambil langsung pada toko yang bersangkutan. Contoh dari Online Retail adalah blibli.com, bhinneka.com, lazada.com.

Berikut ini adalah contoh dari *E-Commerce* :

<i>Online Marketplace</i>	<i>Classified Ads</i>
	
<i>Daily Deals</i>	<i>Online Retail</i>
	

Gambar 2.1

## 2.4 Tinjauan Penelitian Terdahulu.

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan serta referensi bagi penulis dalam melakukan penelitian guna mengembangkan pola berpikir.

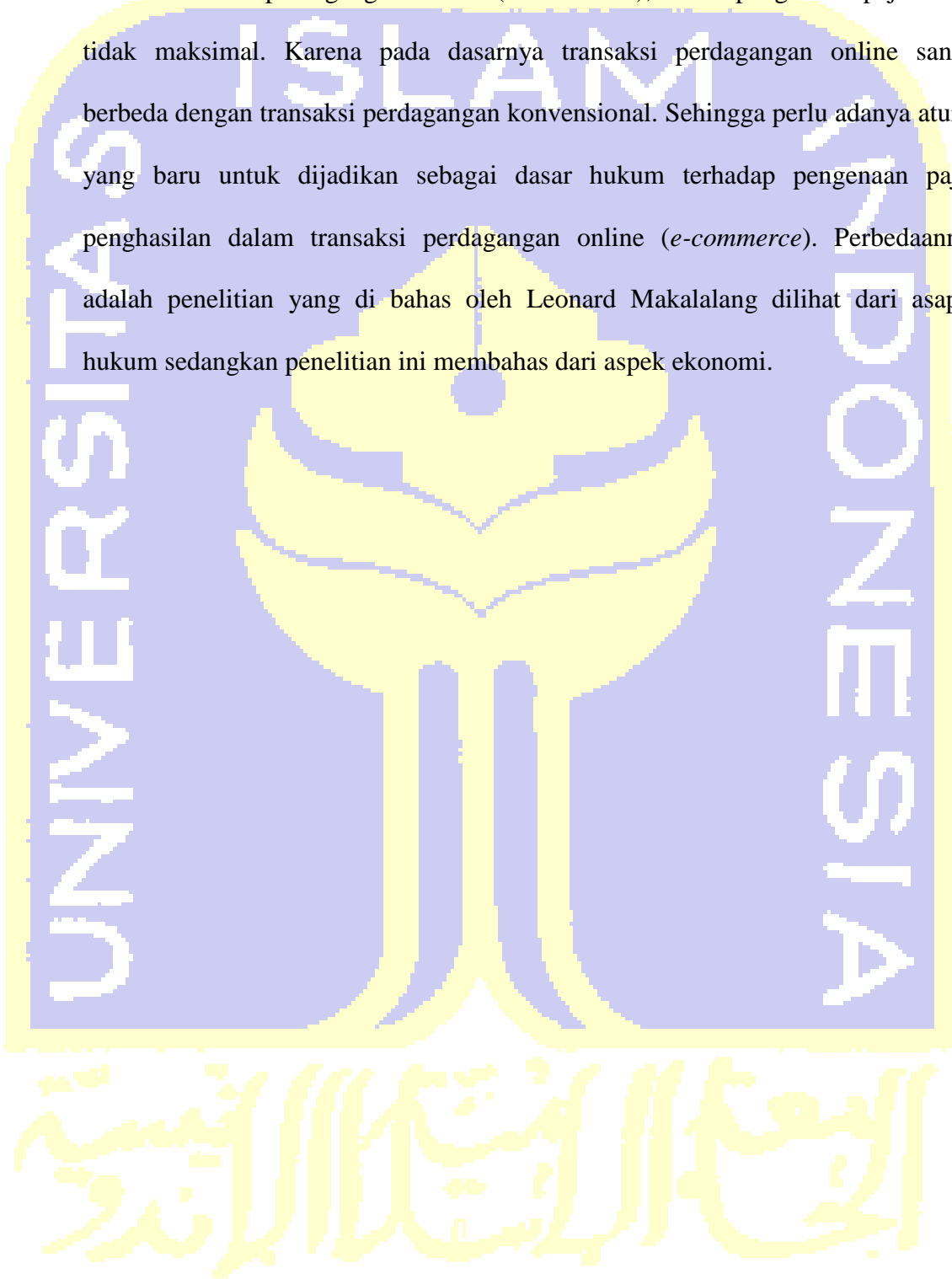
### **1. Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang E-Commerce (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan) Oleh Anita Aprilia, Endang Siti Astuti, Nila Firdausi Nuzula.**

Dalam Penelitian Anita Aprilia, Endang Siti Astuti, Nila Firdausi Nuzula dengan judul Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang E-Commerce (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan) tahun 2014 membahas mengenai penemuan bahwa Direktorat Jenderal Pajak telah mengklasifikasikan beberapa model *e-commerce*, yang membantu petugas untuk mengelola aspek perpajakan. Penelitian ini juga menemukan beberapa tingkat kepatuhan yang rendah dari kesulitan pembayar pajak untuk melaporkan kegiatan mereka dan kurangnya dukungan sistem perpajakan dan pengaturan *e-commerce*. Perbedaannya dengan penelitian ini, penelitian ini juga melihat pandangan dari sisi wajib pajak guna melihat apakah wajib pajak sudah patuh terhadap penerapan pajak terhadap transaksi *e-commerce*.

### **2. Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce) Oleh Leonard Makalalang**

Dalam Penelitian Leonard Makalalang dengan judul Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce) tahun 2016, membahas mengenai pengenaan pajak terhadap transaksi perdagangan online. Perdagangan online juga dapat dikenakan pajak penghasilan karena jika berdasar syarat Subjektif (Pengusaha) dan syarat Objektif (Penghasilan) dalam pengenaan pajak penghasilan, pengusaha dalam perdagangan online (*e-*

*commerce*) telah memenuhi syarat untuk dikenakan pajak penghasilan. Tetapi jika undang-undang pajak penghasilan yang ada digunakan dalam pengenaan pajak untuk transaksi perdagangan online (*e-commerce*), maka pengenaan pajak akan tidak maksimal. Karena pada dasarnya transaksi perdagangan online sangat berbeda dengan transaksi perdagangan konvensional. Sehingga perlu adanya aturan yang baru untuk dijadikan sebagai dasar hukum terhadap pengenaan pajak penghasilan dalam transaksi perdagangan online (*e-commerce*). Perbedaannya adalah penelitian yang di bahas oleh Leonard Makalalang dilihat dari aspek hukum sedangkan penelitian ini membahas dari aspek ekonomi.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian analitis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian analitis memiliki tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang terdapat pada riset yang dilakukan. Sedangkan penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan yang menggunakan data berupa kalimat tertulis ataupun lisan, perilaku, peristiwa-peristiwa, pengetahuan atau obyek studi.

Penulis melakukan pengamatan terhadap penetapan dan pemberlakuan *Tax E-commerce* untuk memperoleh informasi dari hasil wawancara, dokumentasi dan pengamatan yang berbentuk deskripsi mengenai Analisis Terhadap Penerapan Pajak atas Transaksi E-Commerce.

#### 3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini meliputi seberapa efektif Surat Edaran no 62 Tahun 2013 yang ditetapkan pemerintah dalam pemberlakuan pajak terhadap transaksi *e-commerce* di Indonesia dan catatan yang digunakan pada Direktorat Jendral Pajak yang beralamat di Jl. Jend. Gatot Subroto No.Kav 40-42, RT.7/RW.1, Senayan, Kebayoran Baru, RT.7/RW.1, Senayan, Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190.

Pada penelitian ini, penulis menganalisis pemberlakuan pajak terhadap transaksi *e-commerce*. Dimana pemberlakuan tersebut sudah diatur dalam Surat Edaran No. 62 tahun 2013 yang berupa penegasan terhadap penerapan perpajakan atas transaksi *e-commerce* sehingga objek pada penelitian ini difokuskan pada seberapa efektifkah pemberlakuan Surat Edaran No. 62 tahun 2013.

### 3.3 Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yaitu pihak-pihak yang terkait dalam proses implementasi Pajak E-Commerce atau dapat digolongkan sebagai *key informant* (Orang yang kompeten) yang sengaja dipilih oleh peneliti. Peneliti melakukan wawancara berdasarkan empat kriteria informan yang ideal menurut Neuman (2007), yaitu:

1. Informan sangat akrab atau familiar dan menyaksikan peristiwa penting yang terkait dengan isu yang diangkat;
2. Informan tersebut terlibat langsung di lapangan dalam masalah yang diteliti;
3. Informan memiliki waktu yang cukup untuk melakukan wawancara (interaksi) dengan peneliti;

### 3.4 Metode dan Desain Penelitian

Penelitian menggunakan metode deskriptif sehingga dalam mengumpulkan data, penulis melakukan metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang selanjutnya hasilnya akan dijabarkan sesuai dengan apa adanya saat pengumpulan data.

Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan, dilakukan pengumpulan data dengan teknik metode wawancara (*interview*). Sistematis wawancara disesuaikan dengan tujuan peneliti. Wawancara dilakukan dengan bagian fungsi yang terkait dalam pemberlakuan pajak terhadap transaksi *e-commerce*.

Dalam prakteknya, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dilakukan wawancara dengan daftar pertanyaan di lembar yang berbeda, Peraturan Perpajakan No 23 tahun 2018 serta bukti Surat Edaran No 62 tahun 2013 yang sudah terbit.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan diharapkan dapat mencakup gambaran umum mengenai penerapan pajak terhadap transaksi *e-commerce*; Kendala serta Pengaruh dalam penerapan pajak terhadap *e-commerce*.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer:

1. Data Primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dimana narasumber yang dipilih berhubungan dengan penelitian ini yaitu Linggo Saputro S.ST selaku Seksi Pelaksana PPN Perdagangan II di Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak, Jakarta dan 3 Wajib Pajak yang melakukan sistem jual beli dari beberapa jenis transaksi *e-commerce* yang ada.

Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan, dilakukan pengumpulan data dengan teknik:

1. Metode wawancara (*interview*)

Metode pengumpulan data dalam bentuk wawancara atau tanya jawab dengan pihak yang bersangkutan. Sistematis wawancara disesuaikan dengan tujuan peneliti. Wawancara dilakukan dengan karyawan bagian PPN Perdagangan II Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak Jakarta serta 3 Wajib Pajak yang melakukan sistem jual beli dari beberapa jenis transaksi *e-commerce* yang ada, untuk memperoleh data atau informasi mengenai implementasi Pajak E-Commerce.

Dalam prakteknya, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dilakukan wawancara dengan daftar pertanyaan sebagai berikut:



## Daftar Pertanyaan Wawancara

### Fiskus

- 1) Pengertian pajak *e-commerce* (Gambaran umum).
  1. Penjualan Online apa saja yang akan masuk dalam perhitungan perpajakan?
  2. Berapa banyak *e-commerce* yang sudah terdaftar sebagai wajib pajak di Indonesia?
  3. Bagaimana jika kasus pembelian online (game online, buku online, lagu online dsb) yang bentuknya tidak nyata dapat dikenakan pajak?
- 2) Pemberlakuan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce*.
  1. Apakah perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* sudah berlaku di Indonesia?
    - a. Jika sudah, sejak kapan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* berlaku di Indonesia?
    - b. Jika belum, kapan rencana perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* akan mulai diberlakukan di Indonesia?
  2. Apakah perbedaan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* dengan pajak konvensional?
  3. Bagaimana langkah yang akan di ambil untuk kedepannya?
- 3) Sistem pelaksanaan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce*.
  1. Bagaimana sistem pelaksanaan pajak terhadap transaksi *e-commerce*?
- 4) Sistem pemungutan pajak terhadap transaksi *e-commerce*.
  1. Bagaimana sistem pemungutan dan perhitungan dari pajak terhadap transaksi *e-commerce*?

2. Pajak apa saja yang menjadi acuan dalam pemberlakuan pajak terhadap transaksi *e-commerce* nantinya? Apakah ada pajak khusus atau pajak yang berkembang saat ini (PPH, PPn atau sejenisnya)

5) Sistem Pengawasan pajak terhadap transaksi *e-commerce*.

1. Bagaimana cara mengawasi penerapan dari pajak terhadap transaksi *e-commerce*?

6) Faktor Pendukung penerapan pajak terhadap transaksi *e-commerce*.

1. Apa saja yang menjadi faktor pendukung terhadap keputusan pemerintah dalam penerapan pajak terhadap transaksi *e-commerce*?

7) Permasalahan yang dihadapi dalam penerapan pajak terhadap transaksi *e-commerce*.

1. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam penerapan pajak terhadap transaksi *e-commerce* di Indonesia?

8) Adakah saran untuk perpajakan Indonesia terutama di bidang *e-commerce*?

## Daftar Pertanyaan Wawancara

### Wajib Pajak

- 1) Pemahaman wajib pajak tentang pajak terhadap transaksi *e-commerce*.
  1. Apa yang anda ketahui tentang pajak?
  2. Apakah anda sudah mengetahui tentang pemberlakuan pajak terhadap transaksi *e-commerce*?
  3. Apakah anda sudah membayar pajak tersebut?
- 2) Pendapat wajib pajak terhadap perpajakan atas transaksi *e-commerce*.
  - a. Menurut anda, bagaimana tanggapan anda dengan adanya pemberlakuan pajak terhadap transaksi *e-commerce*?
  - b. Adakah saran untuk perpajakan Indonesia terutama di bidang *e-commerce*?

### 2. Metode dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen, yakni berupa arsip, berkas dan catatan-catatan yang berkaitan dengan penerapan perpajakan atas transaksi *e-commerce*. Untuk melengkapi data yang dibutuhkan, diharapkan penulis dapat memperoleh dokumen berupa:

- 1) Gambaran umum perusahaan:
  - Sejarah dan perkembangan Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak.
  - Visi dan Misi Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak.
  - Struktur Organisasi Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak.
  - Produk-Produk dari Direktorat Jendral Pajak.
- 2) Surat Edaran No. 62 Tahun 2013.
- 3) Peraturan Perpajakan No. 23 Tahun 2018.

- 4) Dokumen lainnya yang terkait dalam sistem pelaksanaan perpajakan atas transaksi *e-commerce*.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis untuk penelitian deskriptif adalah menyajikan konsep teoritis dan gambaran umum mengenai objek penelitian. Analisis data dilakukan secara manual, penulis mendeskripsikan atau menjelaskan mengenai Penerapan Pajak terhadap Transaksi E-commerce di Indonesia sesuai dengan apa yang didengar saat wawancara dan dilihat saat observasi tanpa melebihkan atau menguranginya, kemudian hasil deskripsi dianalisis guna mengetahui apakah faktor pendukung dari Penerapan Pajak terhadap Transaksi E-commerce di wilayah Yogyakarta serta kendala apa saja yang dialami dalam melakukan penerapan Pajak E-Commerce.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Profil Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak

##### A. Sejarah dan Perkembangan Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak

Direktorat Jenderal Pajak adalah sebuah Direktorat Jenderal di bawah naungan Kementerian Keuangan Indonesia yang mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standarisasi teknis di bidang perpajakan.

Organisasi Direktorat Jenderal Pajak pada mulanya merupakan perpaduan dari beberapa unit organisasi yaitu :

1. Jawatan Pajak yang bertugas melaksanakan pemungutan pajak berdasarkan perundang-undangan dan melakukan tugas pemeriksaan kas Bendaharawan Pemerintah.
2. Jawatan Lelang yang bertugas melakukan pelelangan terhadap barang-barang sitaan guna pelunasan piutang pajak Negara.
3. Jawatan Akuntan Pajak yang bertugas membantu Jawatan Pajak untuk melaksanakan pemeriksaan pajak terhadap pembukuan Wajib Pajak Badan.
4. Jawatan Pajak Hasil Bumi (Direktorat Iuran Pembangunan Daerah pada Ditjen Moneter) yang bertugas melakukan pungutan pajak hasil bumi dan pajak atas

tanah yang pada tahun 1963 diubah menjadi Direktorat Pajak Hasil Bumi dan kemudian pada tahun 1965 berubah lagi menjadi Direktorat Iuran Pembangunan Daerah (IPEDA). Dengan keputusan Presiden RI No. 12 tahun 1976 tanggal 27 Maret 1976, Direktorat Ipeida diserahkan dari Direktorat Jenderal Moneter kepada Direktorat Jenderal Pajak. Pada tanggal 27 Desember 1985 melalui Undang-undang RI No. 12 tahun 1985 Direktorat IPEDA

berganti nama menjadi Direktorat Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).  
Demikian juga unit kantor di daerah yang semula bernama Inspeksi Ipeda diganti menjadi Inspeksi Pajak Bumi dan Bangunan, dan Kantor Dinas Luar Ipeda diganti menjadi Kantor Dinas Luar Pajak Bumi dan Bangunan.

Untuk mengkoordinasikan pelaksanaan tugas di daerah, dibentuk beberapa kantor Inspektorat Daerah Pajak (ItDa) yaitu di Jakarta dan beberapa daerah seperti di Sumatera, Jawa, Kalimantan, dan Indonesia Timur. Inspektorat Daerah ini kemudian menjadi Kanwil Ditjen Pajak (Kantor Wilayah) seperti yang ada sekarang ini.

1924 – Djawatan Padjak di bawah Departemen Van Financien berdasar Staatsblad 1924 No. 576 Artikel 3

1942 – Djawatan Padjak di bawah Zaimubu (Djawatan Padjak, Bea Cukai dan Padjak Hasil Bumi)

1945 – Berdasarkan Penetapan Pemerintah No.2/SD Urusan Bea ditangani Departemen Keuangan Bahagian Padjak

1950 – Djawatan Padjak di bawah Direktur Iuran Negara

1958 – Djawatan Padjak di bawah vertikal langsung Departemen Keuangan

1964 – Djawatan Padjak berubah menjadi Direktorat Pajak di bawah pimpinan Menteri Urusan Pendapatan Negara

1965 – Direktorat IPEDA di bawah Ditjen Moneter

1966 – Direktorat Padjak diubah menjadi Direktorat Jenderal Pajak

1976 – Direktorat IPEDA dialihkan Ke Direktorat Jenderal Pajak

1983 – Tax Reform I berlakunya Self Assesment

1985 – IPEDA berganti nama menjadi Direktorat PBB

2000 – Tax Reform II

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang merupakan institusi penting di negara ini saat ini dipercaya telah mengumpulkan sekitar 80% dari dana APBN, ternyata mempunyai sejarah panjang sejak sebelum proklamasi kemerdekaan RI.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 184/ PMK.01/2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan, Direktorat Jenderal

Pajak memiliki fungsi:

1. Penyiapan perumusan kebijakan di bidang perpajakan.
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang perpajakan.
3. Perumusan pedoman, norma, standar, kriteria, dan prosedur di bidang perpajakan.
4. Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang perpajakan.
5. Pelaksanaan administrasi direktorat jenderal.

#### **B. Visi dan Misi Direktorat Jenderal Pajak**

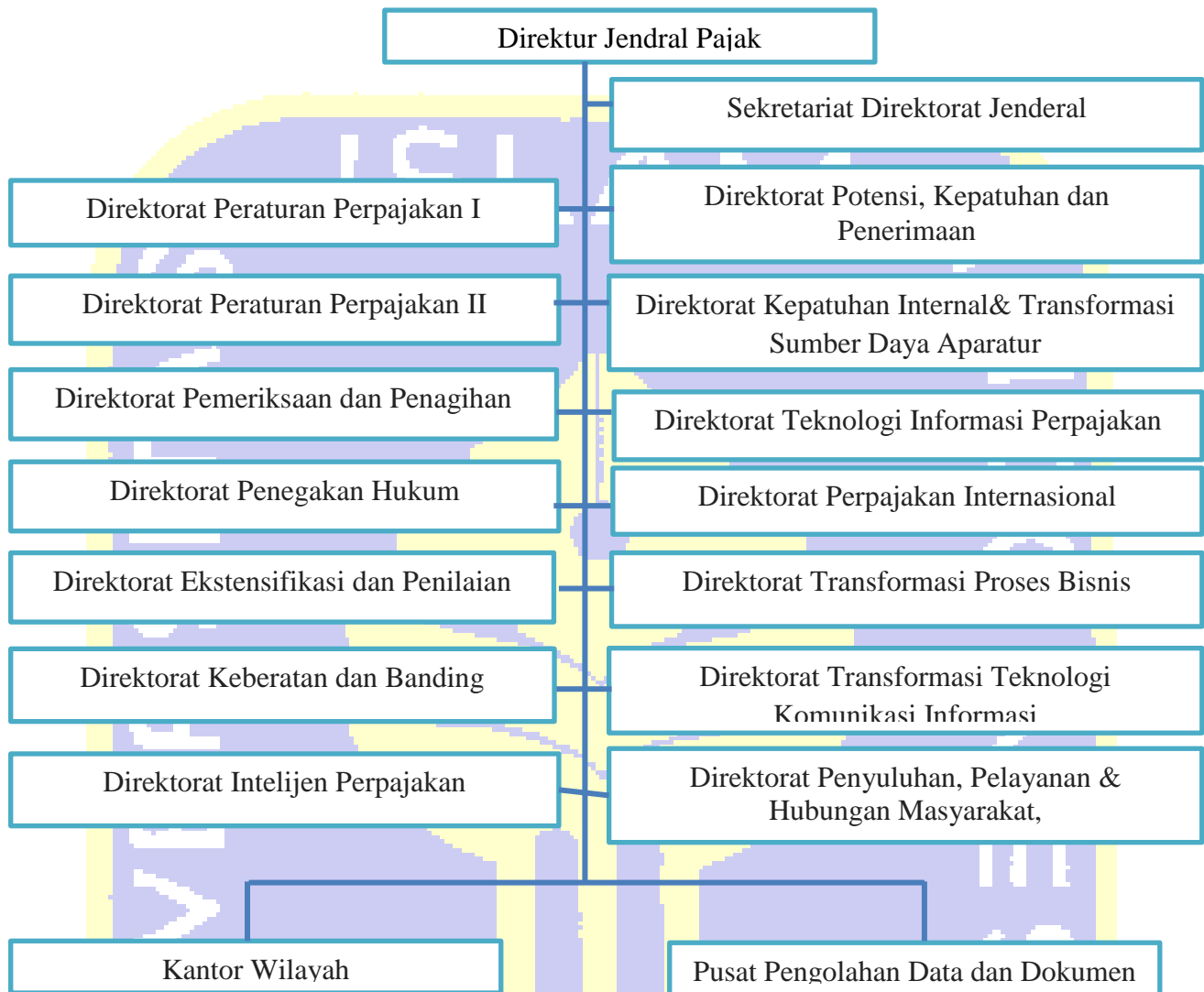
##### 1. Visi Direktorat Jenderal Pajak

“Menjadi Institusi pemerintah yang menyelenggarakan sistem administrasi perpajakan modern yang efektif, efisien, dan dipercaya masyarakat dengan integritas dan profesionalisme yang tinggi”.

##### 2. Misi Direktorat Jenderal Pajak

Menghimpun penerimaan pajak negara berdasarkan Undang-undang Perpajakan yang mampu mewujudkan kemandirian pembiayaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara melalui sistem administrasi perpajakan yang efektif dan efisien”.

### C. Strukur Organisasi Direktorat Jenderal Pajak



Gambar 4.1



Sedangkan unit kerja vertikal di daerah meliputi Kantor Wilayah DJP, Kantor Pelayanan Pajak (KPP), dan Kantor Pelayanan, Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP). Saat ini terdapat 33 Kantor Wilayah DJP di seluruh Indonesia, yang dipimpin pejabat eselon II a, yaitu :

1. Kantor Wilayah DJP Wajib Pajak Besar, di Jakarta
2. Kantor Wilayah DJP Jakarta Khusus, di Jakarta
3. Kantor Wilayah DJP Jakarta Pusat, di Jakarta
4. Kantor Wilayah DJP Jakarta Barat, di Jakarta
5. Kantor Wilayah DJP Jakarta Selatan I, di Jakarta
6. Kantor Wilayah DJP Jakarta Selatan II, di Jakarta
7. Kantor Wilayah DJP Jakarta Timur, di Jakarta
8. Kantor Wilayah DJP Jakarta Utara, di Jakarta
9. Kantor Wilayah DJP Aceh, di Banda Aceh
10. Kantor Wilayah DJP Sumatera Utara I, di Medan
11. Kantor Wilayah DJP Sumatera Utara II, di Pematang Siantar
12. Kantor Wilayah DJP Riau dan Kepulauan Riau, di Pekanbaru
13. Kantor Wilayah DJP Sumatera Barat dan Jambi, di Padang
14. Kantor Wilayah DJP Sumatera Selatan dan Kepulauan Bangka Belitung, di Palembang
15. Kantor Wilayah DJP Bengkulu dan Lampung, di Bandar Lampung
16. Kantor Wilayah DJP Banten, di Serang
17. Kantor Wilayah DJP Jawa Barat I, di Bandung
18. Kantor Wilayah DJP Jawa Barat II, di Bekasi
19. Kantor Wilayah DJP Jawa Barat III, di Bogor
20. Kantor Wilayah DJP Jawa Tengah I, di Semarang

21. Kantor Wilayah DJP Jawa Tengah II, di Surakarta
22. Kantor Wilayah DJP DI Yogyakarta, di Yogyakarta
23. Kantor Wilayah DJP Jawa Timur I, di Surabaya
24. Kantor Wilayah DJP Jawa Timur II, di Sidoarjo
25. Kantor Wilayah DJP Jawa Timur III, di Malang
26. Kantor Wilayah DJP Bali, di Denpasar
27. Kantor Wilayah DJP Nusa Tenggara, di Mataram
28. Kantor Wilayah DJP Kalimantan Barat, di Pontianak
29. Kantor Wilayah DJP Kalimantan Selatan dan Tengah, di Banjarmasin
30. Kantor Wilayah DJP Kalimantan Timur dan Utara, di Balikpapan
31. Kantor Wilayah DJP Sulawesi Selatan, Barat dan Tenggara, di Makassar
32. Kantor Wilayah DJP Sulawesi Utara, Tengah, Gorontalo dan Maluku Utara, di Manado
33. Kantor Wilayah DJP Papua dan Maluku, di Jayapura

#### **D. Produk Kantor Direktorat Jendral Pajak**

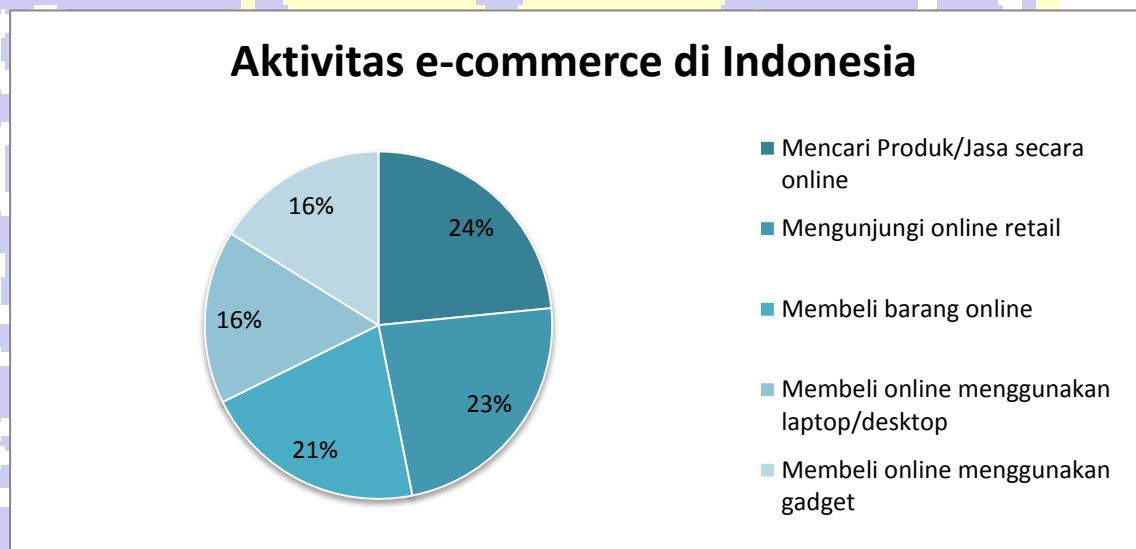
Adapun produk dari Kantor Direktorat Jendral Pajak adalah sebagai berikut:

1. Pengumuman Nomor
2. Surat Edaran
3. Peraturan Menteri Keuangan
4. Keputusan Menteri Keuangan
5. Peraturan Dirjen Pajak
6. Peraturan Daerah
7. Undang Undang

## 4.2 Pajak Dalam Transaksi *E-Commerce*

### 4.2.1 Pemahaman terhadap Pajak dalam Transaksi *E-Commerce* (Gambaran umum)

Bisnis *e-commerce* di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam bidang perdagangan *e-commerce* bukan hanya tumbuh sangat pesat di Indonesia, namun juga ekosistem yang menyertainya akan meningkat pesat. Semakin mudah dan nyamannya konsumen melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* (*electronic commerce* atau perdagangan elektronik), membuat transaksi perdagangan konvensional turun secara signifikan.



Gambar 4.2

Berdasarkan We Are Social & Hootsuite's Digital in 2017 Report, pengguna internet di Indonesia per Januari 2018 telah mencapai 132,7 juta orang.

Berdasarkan survey Aktivitas *E-Commerce* di Indonesia yang juga di ambil dari We Are Social & Hootsuite's Digital in 2017 Report, dalam 30 hari terakhir tahun 2017 menyebutkan bahwa pemanfaatan internet di bidang ekonomi sebesar 45% untuk transaksi jual online, 45% untuk mengunjungi online retail, 40% untuk membeli barang online, 31% untuk membeli online menggunakan laptop/desktop

dan 31% untuk membeli online menggunakan gadget. 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, Rp75 triliun pada tahun 2016, dan diproyeksikan pada tahun 2018 menjadi Rp102 triliun.

Dengan adanya bukti terhadap peningkatan dalam transaksi *E-Commerce*, banyak pihak yang mulai menyadari pentingnya sebuah kebijakan dan informasi yang menyeluruh agar industri ini dapat tumbuh berkembang. Kemudian proses transaksi yang dilakukan di penjualan *online* tergolong sederhana, ditunjang dengan biaya operasional yang dikeluarkan lebih rendah dari pedagang konvensional pada umumnya serta menghasilkan omset yang lebih besar dari omset yang dihasilkan dari pedagang konvensional mengakibatkan perlunya pengadaan pemenuhan kewajiban perpajakan.

Menurut Surat Edaran No. 63 Tahun 2013, pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi *e-commerce* telah dipungut sesuai aturan yang berlaku. Sehingga pedagang yang berjualan secara konvensional ataupun melalui *e-commerce* sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakannya. Selain itu, konsumen yang berbelanja melalui pedagang konvensional ataupun *e-commerce* juga dikenakan pajak yang sama.

Tidak ada perbedaan tarif pajak yang dikenakan atas transaksi melalui *e-commerce* dengan transaksi melalui cara konvensional. Hal ini berarti Surat Edaran tersebut hanya menegaskan ketentuan yang sudah ada, seperti Undang-Undang PPN, Undang-Undang KUP, dan Undang-Undang PPh.

Hal ini sejalan dengan pendapat Linggo Saputro selaku Seksi Peraturan PPN Perdagangan II di Direktorat Peraturan Perpajakan I yang menegaskan bahwa

pemerintah tidak menciptakan jenis pajak baru atas transaksi melalui *e-commerce*. Aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce* dinyatakan tidak menimbulkan atau menyebabkan kewajiban perpajakan baru. Pajak yang diterapkan pada transaksi *e-commerce* akan sama dengan pengenaan pajak terhadap transaksi konvensional, pemerintah hanya akan memungut PPh dan PPN.

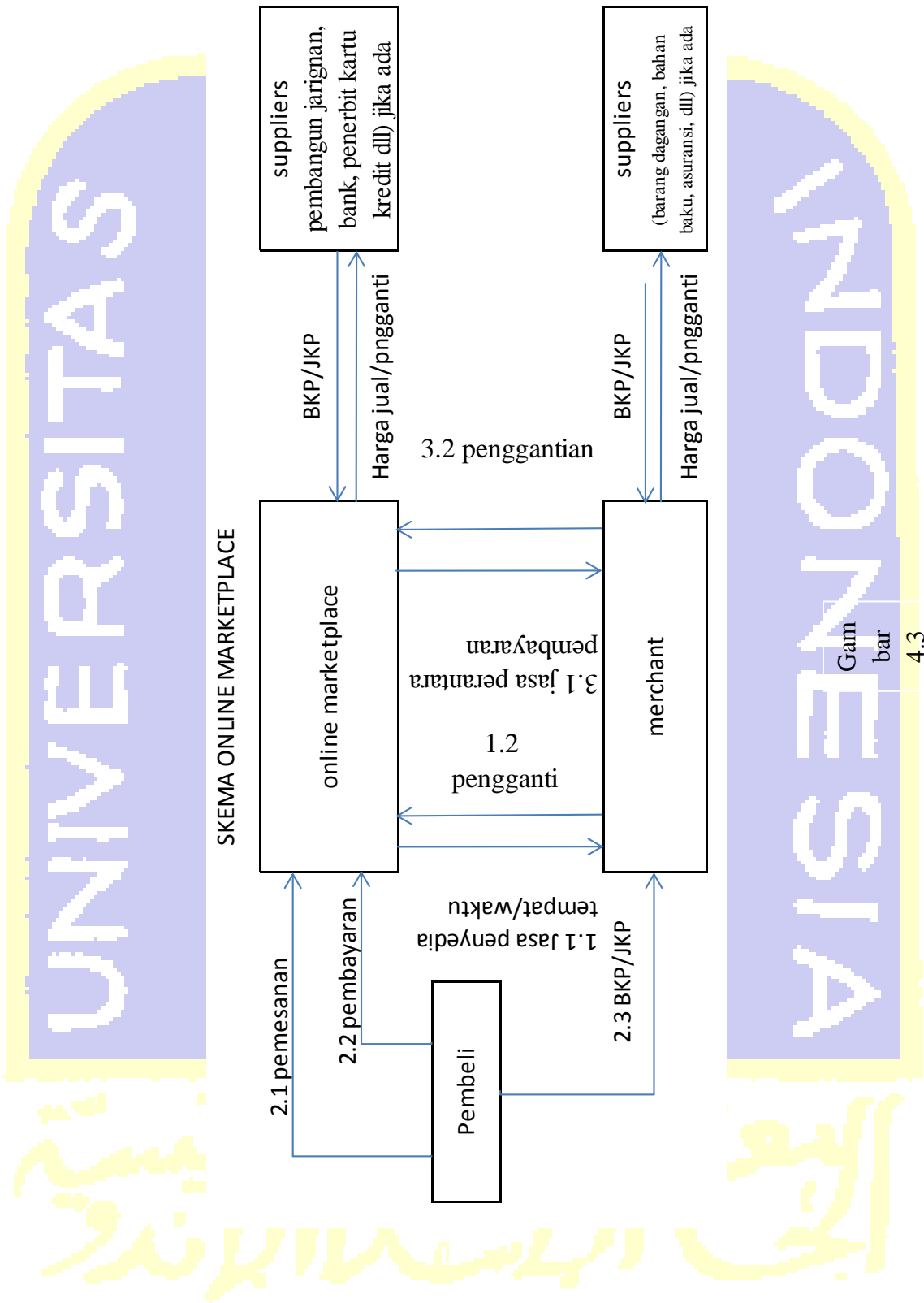
Berdasarkan beberapa data diatas, Berdasarkan beberapa data diatas, transaksi *e-commerce* dinilai wajib untuk dipajaki mengingat peningkatan yang terjadi pada transaksi *e-commerce* dari tahun ke tahun semakin besar. Hal-hal tersebut sangat memungkinkan dapat menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar *e-commerce* yang potensial. Hal ini juga di dukung dengan keluarnya Surat Edaran No. 63 Tahun 2013 yang berisi tentang penegasan perpajakan atas transaksi *e-commerce*.

#### **4.2.2 Sistem pelaksanaan Pajak terhadap transaksi *E-Commerce***

Sebelum pengusaha memulai bisnisnya pada situs *E-Commerce*, Pengusaha tersebut harus mendaftarkan diri dan melaporkan SPT kepada kantor pajak sebagai tanda untuk memenuhi syarat pembayaran pajak. Sedangkan untuk para penjual di situs tersebut, jika penghasilannya sudah melebihi 4,8 Milyar maka penjual tersebut wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dan selain membayar PPh Final, pengusaha tersebut juga membayar PPN.

Sistem pelaksanaan pajak dalam transaksi *e-commerce* berbeda-beda, hal ini akan di jelaskan lebih rinci pada penjelasan sebagai berikut:

1. Online Marketplace



Dari gambar skema *online marketplace* seperti diatas, dapat dilihat dalam sistem pelaksanaan pajak *e-commerce* terhadap transaksi *online marketplace* terdapat 3 proses bisnis yang akan dikenakan pajak yaitu pada saat jasa penyediaan tempat dan/atau waktu, penjualan barang dan/atau jasa, penyetoran hasil penjualan kepada *online marketplace merchant* oleh penyelenggara *online marketplace*. Sedangkan pajak yang akan dikenakan terdapat 2 objek pajak yakni Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Transaksi *Online Marketplace* diawali dari pembukaan Toko *Online* oleh *Online Marketplace Merchant*, Penyelenggara *Online Marketplace* menyediakan tempat dan/atau waktu kepada *Online Marketplace Merchant* untuk melakukan penjualan di Toko Internet. Kemudian *Online Marketplace* membuat rincian transaksi dan menerima pembayaran dari pembeli. Penyelenggara *Online Marketplace* menjadi perantara antara penjual dari *onlinemarketplace merchant* dan pembeli. Kemudian *Online Marketplace Merchant* melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli dan *Online Marketplace Merchant* juga mengirimkan notifikasi kepada Penyelenggara *Online Marketplace* untuk memberitahu bahwa *Online Marketplace Merchant* telah melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli. Penyelenggara *Online Marketplace* menyetor hasil penjualan kepada *Online Marketplace Merchant* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh *Online Marketplace Merchant*.

Dari penjelasan singkat diatas, sebagai mana di jelaskan pada Surat Edaran No 63 Tahun 2013, prosedur peneraapan pajak terhadap transaksksi *e-commerce* yang diterapkan di Indonesia dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut:

## 1. Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan atau Waktu

1. *Online Marketplace Merchant* melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace*.
2. Penyelenggara *Online Marketplace* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan *invoice* atas *Monthly Fixed Fee*.
3. *Online Marketplace Merchant* melakukan pembayaran atas *Monthly Fixed Fee* melalui rekening Penyelenggara *Online Marketplace*.
4. Penyelenggara *Online Marketplace* menyediakan tempat dan/atau waktu kepada *Online Marketplace Merchant* untuk memajang content (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di Toko Internet melalui Mal Internet.

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan di Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu didapat dari penghasilan yang diterima penyelenggara *online marketplace* sebagai penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu di kenakan pada saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Jasa atau Barang tersebut.



## 2. Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa

1. Online Marketplace Merchant menawarkan barang dan/atau jasa yang akan dijual dengan mengunggah data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual di Toko Internet melalui Mal Internet.
2. Penyelenggara *Online Marketplace* melakukan verifikasi dan menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual di Toko Internet melalui Mal Internet.
3. Pembeli melakukan pemesanan di Toko Internet melalui Mal Internet. Untuk memesan barang dan/atau jasa di Mal Internet, beberapa Penyelenggara *Online Marketplace* mensyaratkan Pembeli untuk mendaftarkan diri.
4. Penyelenggara *Online Marketplace* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli di Toko Internet melalui Mal Internet (contohnya jenis barang, harga barang, jumlah barang, metode pembayaran, mekanisme pengiriman, dan biaya-biaya terkait lainnya).
5. Pembeli melakukan pembayaran melalui Escrow Account yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara Online Marketplace.
6. Penyelenggara *Online Marketplace* di Toko Internet melalui Mal Internet menyampaikan notifikasi kepada *Online Marketplace Merchant* untuk melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli.

7. *Online Marketplace Merchant* melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli, baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman.

8. Selanjutnya, *Online Marketplace Merchant* juga mengirimkan notifikasi kepada Penyelenggara *Online Marketplace* untuk memberitahu bahwa *Online Marketplace Merchant* telah melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli.

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan di Penjualan Barang dan/atau Jasa didapat dari penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di penjualan Barang dan/atau Jasa di kenakan pada saat penyerahan BKP dan/atau JKP. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh *Online Marketplace Merchant* karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut.

### **3. Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan Kepada *Online Marketplace Merchant* Oleh Penyelenggara *Online Marketplace***

1. Penyelenggara *Online Marketplace* menyetor hasil penjualan kepada *Online Marketplace Merchant* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh *Online Marketplace Merchant*.

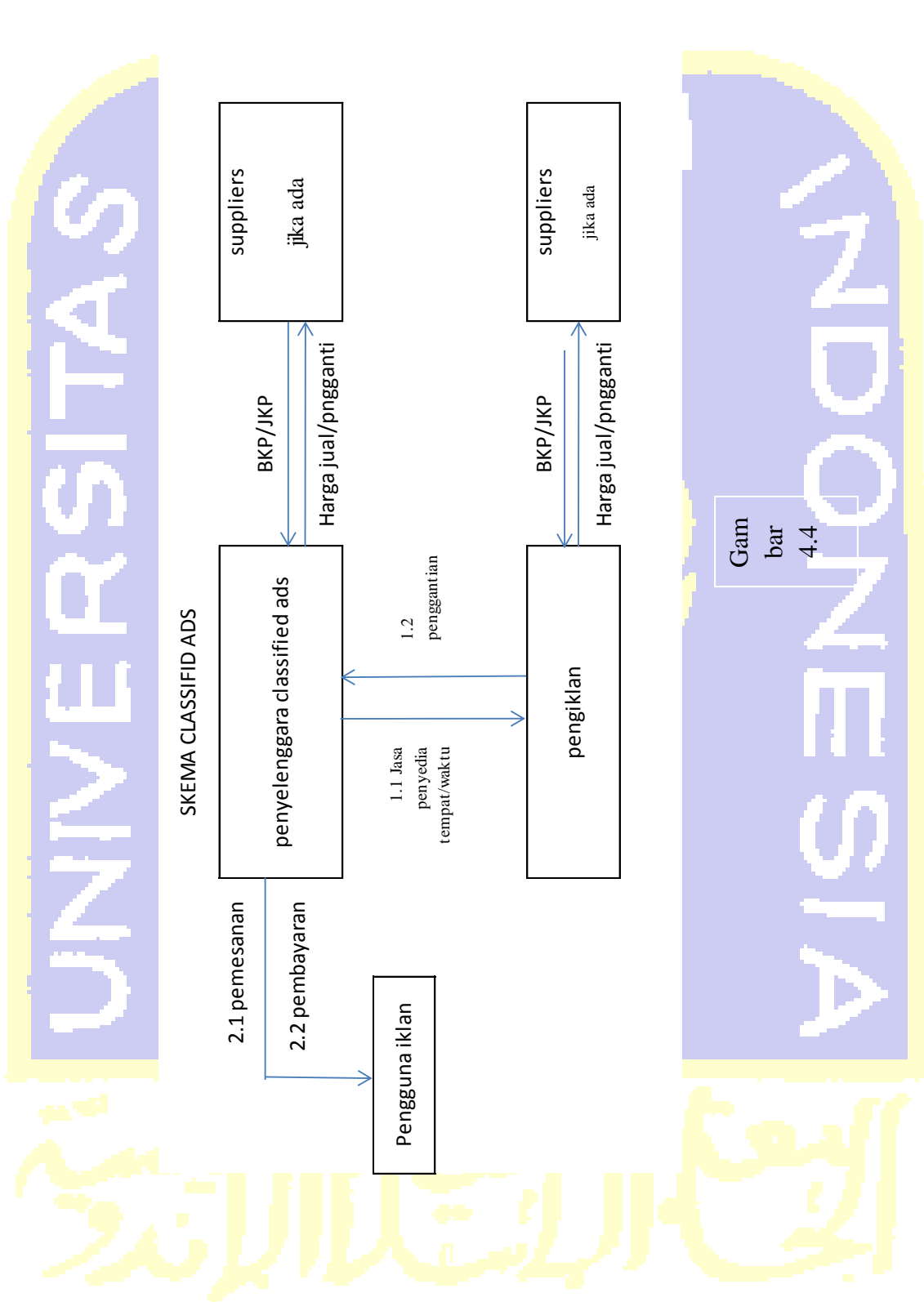
2. Jumlah yang disetor oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* adalah sebesar nilai transaksi dikurangi dengan per *Sale Fee, Point Fee*, serta tagihan lainnya.

3. Periode penyetoran hasil penjualan oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* adalah sesuai dengan isi Perjanjian.

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan di Penyetoran Hasil Penjualan Kepada *Online Marketplace Merchant* Oleh Penyelenggara *Online Marketplace* didapat dari penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di Penyetoran Hasil Penjualan Kepada *Online Marketplace Merchant* Oleh Penyelenggara *Online Marketplace* dikenakan pada saat Penyerahan jasa perantara pembayaran. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Online Marketplace* karena penyerahan JKP tersebut.

## 2. Classified Ads



Dari gambar skema *Classified Ads* seperti diatas, dapat dilihat prosedur pelaksanaan pajak terhadap transaksi *e-commerce* dengan kategori transaksi terhadap online marketplace terdapat 2 objek pajak yakni Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Dimana keduanya sama sama mengenakan pajak pada 1 proses bisnis. Transaksi *Classified Ads* diawali dari Pengiklan mendaftarkan diri kepada Penyelenggara *Classified Ads*, setelah persyaratan disetujui, Pengiklan melakukan pembayaran atas *Transaction Fee* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Penyelenggara *Classified Ads* menyediakan tempat dan/atau waktu kepada pengiklan untuk memasang iklan di situs *Classified Ads*. Kemudian Penyelenggara *Classified Ads* menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan diiklankan melalui situs *Classified Ads*.

Dari penjelasan singkat diatas, prosedur penerapan pajak terhadap transaksi *e-commerce* yang diterapkan di Indonesia dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut:

1. Pengiklan melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.
2. Penyelenggara *Classified Ads* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan *invoice* atas *Transaction Fee*.

Proses verifikasi dan penerbitan *invoice* merupakan proses opsional karena dalam beberapa contoh, Penyelenggara *Classified Ads* tidak melakukan verifikasi dan menerbitkan *invoice* atas *Transaction Fee*.

3. Dalam hal Penyelenggara *Classified Ads* memungut *Transaction Fee*, Pengiklan melakukan pembayaran atas *Transaction Fee* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.

4. Penyelenggara *Classified Ads* memberikan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu kepada Pengiklan untuk memasang iklan di situs *Classified Ads*.

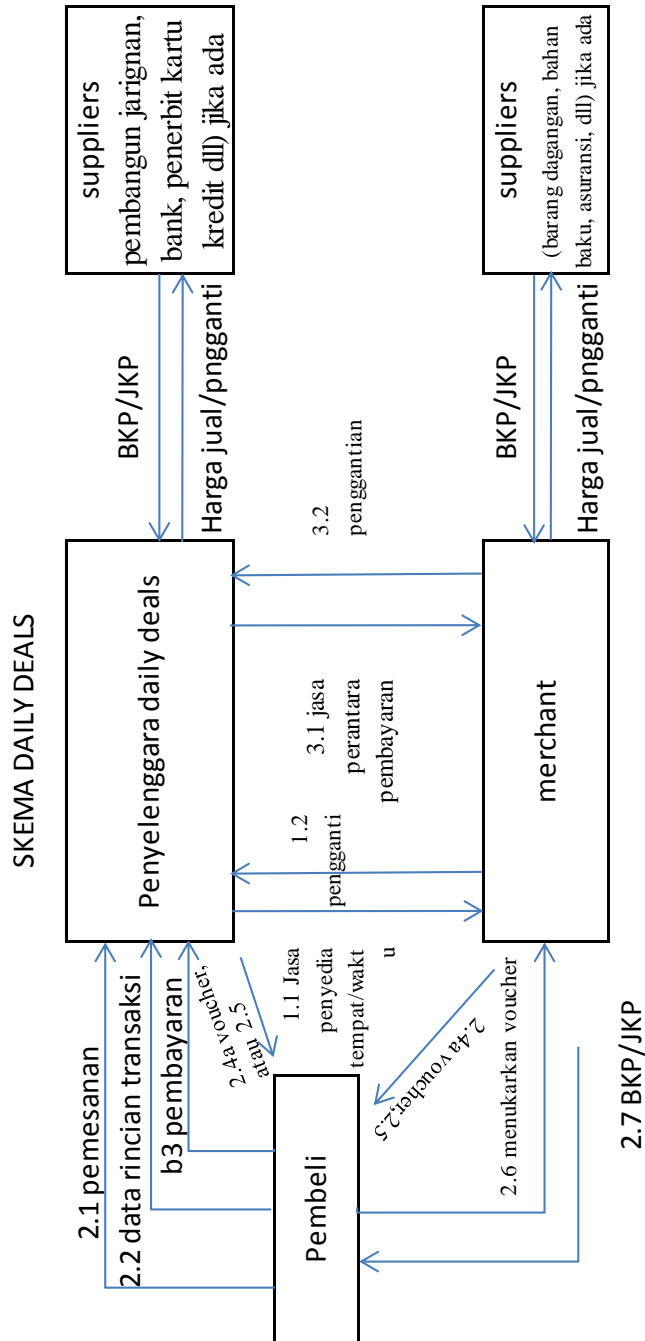
5. Pengiklan mengunggah data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan diiklankan melalui situs *Classified Ads*.

6. Penyelenggara *Classified Ads* menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan diiklankan melalui situs *Classified Ads*. Beberapa Penyelenggara *Classified Ads* akan menyeleksi terlebih dahulu iklan yang layak ditampilkan berdasarkan peraturan yang berlaku.

Dari sisi PPh, jenis *Classified Ads* ini hanya dikenakan PPh pada saat Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu pemajakan yang dilakukan di Penyetoran Hasil Penjualan Kepada *Online Marketplace Merchant* Oleh Penyelenggara *Classified Ads* didapat dari penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26. Dimana subjek yang dikenakan adalah Penyediaan Tempat dan/atau Waktu adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.

Dari sisi PPN sama seperti PPh, hanya dikenakan pada saat Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Classified Ads* karena penyerahan JKP tersebut.

### 3. Daily Deals



Gambar 4.5

Dari gambar skema *daily merchant* seperti diatas, dapat dilihat prosedur pelaksanaan pajak terhadap transaksi *e-commerce* dengan kategori transaksi terhadap *Daily Deals* terdapat 2 objek pajak yakni Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Dimana keduanya sama sama mengenakan pajak pada 3 proses bisnis; jasa penyediaan tempat dan/atau waktu, penjualan barang dan/atau jasa, penyetoran hasil penjualan kepada penyelenggara *daily deals*. Transaksi *daily deals* diawali dari *Daily Deals Merchant* mendaftarkan diri kepada Penyelenggara *Daily Deals*, setelah persyaratan disetujui, Penyelenggara *Daily Deals* menyediakan tempat dan/atau waktu kepada *Daily Deals Merchant* untuk melakukan penjualan di Toko Internet. Kemudian Pembeli melakukan pemesanan melalui situs *daily deals*. Penyelenggara *Daily Deals* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli melalui situs *Daily Deals* dan pembeli melakukan pembayaran melalui rekening yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Daily Deals*. Kemudian Penyelenggara *Daily Deals* memberikan vouceher untuk ditukarkan oleh pembeli. Penyelenggara *Daily Deals* menyetor hasil penjualan kepada *Daily Deals Merchant* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh *Daily Deals Merchant*.

Dari penjelasan singkat diatas, prosedur peneraapan pajak terhadap transasksi *e-commerce* yang diterapkan di Indonesia dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut:

1. Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan atau Waktu
  1. *Daily Deals Merchant* melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas Perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Daily Deals*.
  2. Penyelenggara *Daily Deals* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan *invoice* atas *Monthly Fixed Fee*.



3. *Daily Deals Merchant* melakukan pembayaran atas *Monthly Fixed Fee* melalui rekening Penyelenggara *Daily Deals*.
4. Penyelenggara *Daily Deals* memberikan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu kepada *Daily Deals Merchant* untuk memajang content (teks, grafik, video penjelasan, informasi)

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan di Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu didapat dari penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu di kenakan pada saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Jasa atau Barang tersebut.

## **2. Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa**

1. *Daily Deals Merchant* menawarkan barang dan/atau jasa yang akan dijual dengan mengunggah data dan atau informasi.
2. Pembeli melakukan pemesanan melalui situs *Daily Deals*. Sebelum melakukan pemesanan, Pembeli mendaftarkan diri untuk mendapatkan akun agar dapat bertransaksi di situs *Daily Deals*.
3. Penyelenggara *Daily Deals* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli melalui situs *Daily Deals* (contohnya jenis

barang, harga barang, jumlah barang, metode pembayaran, mekanisme pengiriman, dan biaya-biaya terkait lainnya).

4. Pembeli melakukan pembayaran melalui rekening yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Daily Deals*.
5. Penyelenggara *Daily Deals* mengeluarkan notifikasi kepada *Daily Deals Merchant* bahwa barang dan/atau jasanya telah dibeli oleh Pembeli.
6. Penyelenggara *Daily Deals* atau *Daily Deals Merchant* menyampaikan Voucher kepada Pembeli. Voucher diterbitkan oleh *Daily Deals Merchant* atau Penyelenggara *Daily Deals* dan hanya bisa didapatkan oleh Pembeli melalui situs *Daily Deals*. Voucher tersebut digunakan oleh Pembeli untuk ditukarkan dengan barang dan/atau jasa yang dibeli.
7. Pembeli menukarkan Voucher dengan barang dan/atau jasa yang dibeli dari *Daily Deals Merchant*. Penyerahan barang dan/atau jasa dapat dilakukan dengan cara menukar langsung di tempat *Daily Deals Merchant*, dikirimkan oleh *Daily Deals Merchant*, atau dengan cara lainnya.

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan di Penjualan Barang dan/atau Jasa didapat dari penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di penjualan Barang dan/atau Jasa dikenakan pada saat penyerahan BKP dan/atau JKP. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh *Daily Deals* karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut.

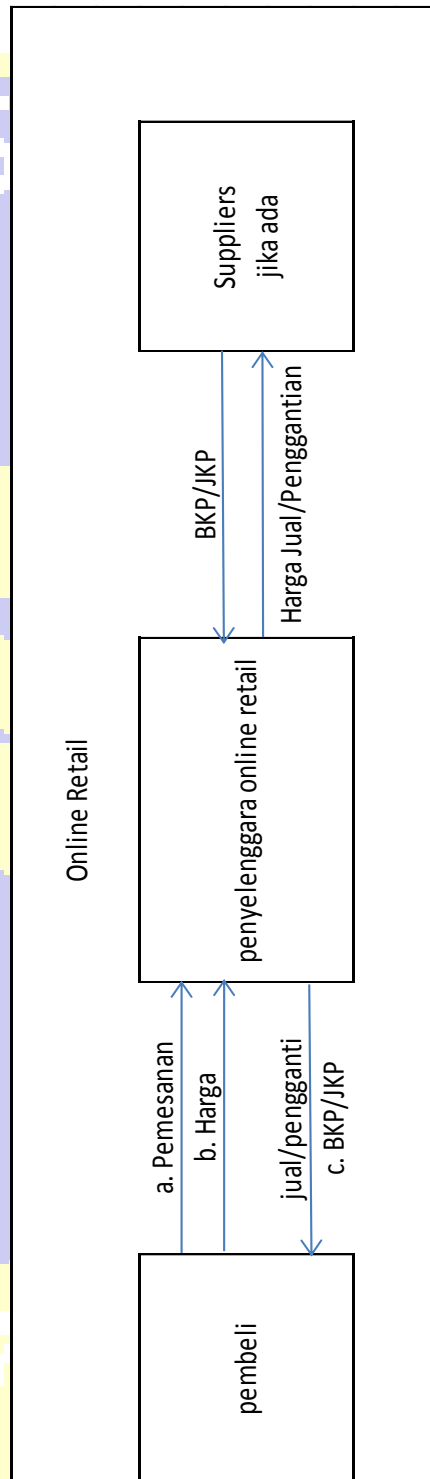
### 3. Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan Kepada *Daily Deals Merchant* oleh Penyelenggara *Daily Deals*

1. Penyelenggara *Daily Deals* menyetor hasil penjualan kepada *Daily Deals Merchant* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh *Daily Deals Merchant*.
2. Jumlah yang disetor oleh Penyelenggara *Daily Deals* kepada *Daily Deals Merchant* adalah sebesar nilai transaksi dikurangi dengan per *Sale Fee*.
3. Periode penyetoran hasil penjualan oleh Penyelenggara *Daily Deals* kepada *Daily Deals Merchant* adalah sesuai dengan isi perjanjian.

Dari sisi PPh, pemajakan yang dilakukan Penyetoran Hasil Penjualan kepada *Daily Deals Merchant* Oleh Penyelenggara *Daily Deals* didapat dari penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran.

Dari sisi PPN, pemajakan yang dilakukan di Penyetoran Hasil Penjualan kepada *Daily Deals Merchant* Oleh Penyelenggara *Daily Deals* di kenakan pada saat Penyerahan jasa perantara pembayaran. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Daily Deals* karena penyerahan JKP tersebut.

#### 4. Online Retail



Gambar 4.6

Dari gambar skema *online marketplace* seperti diatas, dapat dilihat prosedur pelaksanaan pajak terhadap transaksi *e-commerce* dengan kategori transaksi terhadap *Online Retail* terdapat 2 objek pajak yakni Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Dimana keduanya sama sama mengenakan pajak pada 1 proses bisnis. Transaksi *Online Retail* diawali dari Penyelenggara *Online Retail* menampilkan barang jasa yang akan dijual melalui situs *Online Retail*. Kemudian Pembeli melakukan pemesanan melalui *Online Retail*. Penyelenggara *Online Retail* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli melalui situs *Online Retail*. Pembeli melakukan pembayaran yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Retail*.

Dari penjelasan singkat diatas, prosedur peneraapan pajak terhadap transaksksi *e-commerce* yang diterapkan di Indonesia dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut:

1. Penyelenggara *Online Retail* menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual melalui situs *Online Retail*.
2. Pembeli melakukan pemesanan melalui situs *Online Retail*. Sebelum melakukan pemesanan, beberapa Penyelenggara *Online Retail* mensyaratkan Pembeli untuk mendaftarkan diri.
3. Penyelenggara *Online Retail* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli melalui situs *Online Retail* (contohnya jenis barang, harga barang, jumlah barang, metode pembayaran, mekanisme pengiriman, dan biaya-biaya terkait lainnya).
4. Pembeli melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening bank yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Retail*, kartu kredit, atau menggunakan uang tunai (*Cash On Delivery*).

5. Penyelenggara *Online Retail* melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli, baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman

Dari sisi PPh, jenis *Online Retail* ini hanya dikenakan PPh pada saat Jasa Penyediaan Tempat dan/atau didapat dari Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh. Dimana subjek yang dikenakan adalah orang atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa.

Dari sisi PPN sama seperti PPh, hanya dikenakan pada saat Penyerahan BKP dan/atau JKP. Dasar pengenaan pajaknya yaitu pada Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Online Retail* karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut.

#### **4.3 Faktor Pendukung Penerapan Pajak atas Transaksi *E-Commerce***

##### **1. Kemudahan Sistem Jual Beli Barang atau Jasa pada Toko *Online* dibandingkan Oleh Sistem Jual Beli pada Toko Konvensional**

Bisnis online di Indonesia berkembang dengan sangat pesat dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya. Masyarakat Indonesia pada umumnya lebih memilih melakukan sistem berbelanja dengan memanfaatkan internet/*website*.

Menjalankan usaha di internet dipercaya akan lebih mudah dan membutuhkan biaya yang lebih sedikit dibandingkan melakukan usaha secara konvensional, mulai dari menjual barang hingga jasa mereka tawarkan di internet. Proses transaksi yang dilakukan di penjualan *online* tergolong sederhana. Biaya operasional yang dikeluarkan lebih rendah dari pedagang konvensional pada umumnya. Pedagang tidak perlu menyewa bangunan dan cukup memasarkan barang dagangannya atau jasa

melalui website dan menunggu pembeli datang untuk membeli barang atau jasa tersebut.

Pada Surat Edaran No 63 Tahun 2013 telah dijelaskan beberapa golongan dari transaksi *e-commerce*. diantara transaksi tersebut, *Online Marketplace* dan *Online Retail* adalah transaksi yang paling di minati oleh para pembeli karena memiliki proses transaksi yang paling sederhana baik dari sisi penjual juga sisi pembeli. Linggo Saputro menjelaskan bahwa *Online Marketplace* sifatnya seperti pasar jika pada perdagangan konvensional, penjual hanya menyediakan tempat sebagai perantara, termasuk menyediakan sistem pembayaran dan pembeli jika ingin mencari barang cukup ke *Online Marketplace* kemudian membayar pesannya kepada *Online Marketplace* tersebut. Kemudian Linggo Saputro juga menjelaskan kembali proses penjualan pada *Online Retail* dimana pihak penyelenggara memasarkan barang atau jasa di suatu website kemudian yang menerima orderan tersebut langsung penyelenggara *Online Retail*. Dari ketiga wajib pajak yang ada, dua Wajib Pajak juga menjual produknya melalui *Online Retail* dan satu Wajib Pajak juga menjual produknya melalui *Online Retail*.

Dilansir dari Score MX Multi-Platform, June 2017, rata-rata pertumbuhan marketplace mendekati angka 100 persen, sedangkan e-commerce mencapai 289 persen.

	Unique Visitors January 2017	Unique Visitors June 2017	% Change
Lazada	13,256	21,235	+ 60%
Blibli	7,527	15,556	+107%
Matahari Mall	4,165	12,520	+201%
Zalora	5,101	9,052	+77%
JD.id	2,354	5,532	+135%

Gambar 4.7



Kemudian dari website yang sama dijelaskan bahwa 10 Peringkat teratas terdiri dari 4 *Online Retail* dan 6 *Online Marketplace*.

	Total digital Population	mobile	Desktop	Total minutes	Total views	Avg. Minutes perview
Lazada.co.id	21,235	15,864	8,107	526	552	1
Bibli.com	12,556	13,837	2,651	635	422	1.5
Tokopedia.com	14,401	13,003	2,217	1,548	326	4.7
Elevenia.com	12,872	9,535	5,130	438	285	1.5
MatahariMall.com	12,520	11,516	1879	410	216	0.8
Shopee.co.id	11,301	10,872	763	2,169	136	16
Qbukalapak.com	10,407	8,971	2,203	459	193	2.4
Zalora.co.id	9,052	8,636	813	396	493	0.8
Qoo10.co.id	7,689	7,641	123	76	91	0.8
Blanja.com	5,823	5,673	327	81	88	0.9

Gambar 4.8

Sedangkan untuk *Classified Ads* dan *Daily Deals* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan meskipun tidak sebesar pada transaksi *Online Retail* dan *Online Marketplace*. Maka dari itu kewajiban perpajakan di nilai sangat di butuhkan mengingat peningkatan yang terjadi pada setiap transaksi penjualan *Online*.

## 2. Penegasan terhadap Aspek Perpajakan atas Transaksi *E-Commerce*

Sebelum keluarnya Peraturan Menteri Keuangan mengenai Perpajakan *E-Commerce* dan menekan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (SPNBE) / *Road Map e-Commerce* Tahun 2017-2019, penegasan terhadap aspek perpajakan atas transaksi e-commerce sebelumnya telah di atur pada Surat Edaran Direktur Jendral Pajak No 62 tahun 2013. Beberapa model bisnis yang di atur adalah *Online Marketplace* (misalnya tokopedia.com), *Classified Ads* (misalnya kaskus.com), *Daily Deals* (traveloka.com), dan *Online Retail* (misalnya lazada.com).

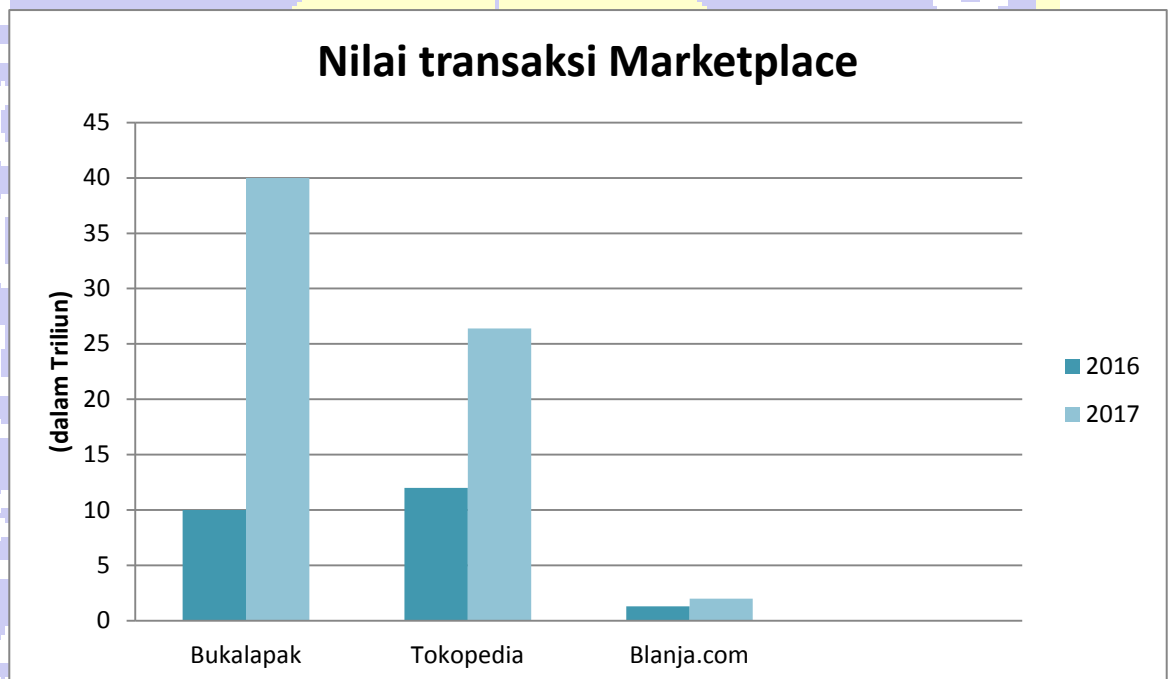
Linggo Saputro, Pelaksana dari Seksi Peraturan PPN Perdagangan II di Direktorat Peraturan Perpajakan I menjelaskan bahwa pada dasarnya transaksi e-commerce dan transaksi konvensional memiliki perhitungan perpajakan yang sama. “Misal *Online Retail* dan *Online Marketplace* perhitungannya normal karena mereka Wajib Pajak dan mereka Pengusaha Kena Pajak. Untuk pelakunya, ketika mereka jualan tidak sampai 4.8 Miliar, mereka masuk Peraturan Perpajakan No 46, dihitung PPh final 1%, kemudian jika penjualan lebih dari 4.8 Miliar secara PPN, wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dan wajib memungut PPN 10% sama dengan yang berdagang secara konvensional” tambahnya.

Pada 1 Juli 2018 Tarif PPh Final 0,5 persen telah di terapkan sebagai pengganti PPh Final UMKM 1% dan tersedia dalam bentuk *pre-payment* atau kredit pajak, sehingga dapat dikreditkan terhadap SPT Tahunan wajib pajak. Untuk tarif SPT-nya akan menyesuaikan dengan tarif pada UU PPh dan PP 46 Tahun 2013. Kemudian untuk PKP dengan omset di atas Rp 4,8 miliar akan dikenakan PPN 10 persen.

Dilansir dari Majalah Media Keuangan Bulan Maret 2018, Yustinus menjelaskan bahwa pemanfaatan skema PPN final dengan tarif lebih rendah dari tarif normal dapat

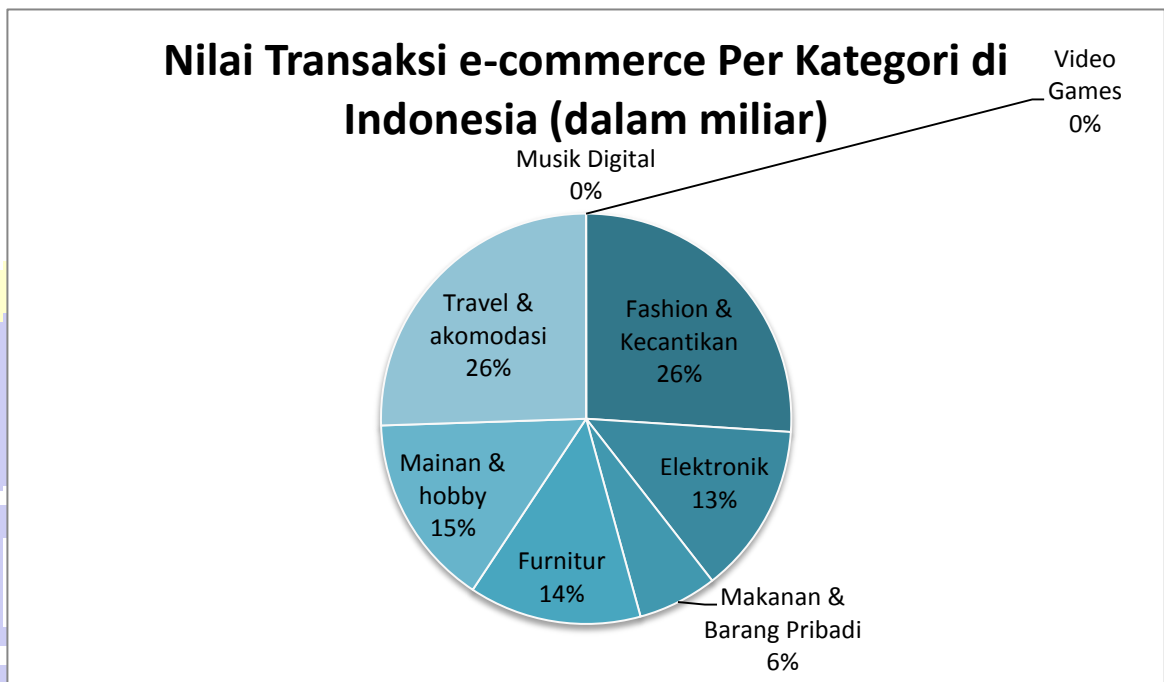
menjadi pertimbangan dalam menggali potensi penerimaan yang efektif dengan potensi jumlah yang cukup tinggi.

Linggo Saputro, Pelaksana dari Seksi Peraturan PPN Perdagangan II di Direktorat Peraturan Perpajakan I menuturkan bahwa “pihak Direktorat Jendral Pajak ingin melakukan *equal treatment* dalam penerapan pajak baik pada transaksi konvensional serta transaksi online. Banyak toko konvensional yang tutup di daerah Jakarta seperti Glodok. Bisa jadi benar-benar tutup karena harga sewa tempat yang mahal”. Hal ini mengakibatkan terjadinya pergeseran dari konvensional kepada bisnis online.



Gambar 4.9

Dilansir dari Kementerian Perindustrian & CITA, perbandingan nilai transaksi *marketplace* sendiri per-tahun 2016 dan per-tahun 2017, untuk Bukalapak.com dari 10 Triliun dan naik sangat tinggi di 40 Triliun, untuk Tokopedia.com dari 12 Triliun ke 26,4 Triliun dan Blanja.com 1,3 Triliun ke 2 Triliun.



Gambar 4.10

Berdasarkan We Are Social & Hootsuite's Digital in 2017 Report, dikatakan juga bahwa Nilai Transaksi *e-commerce* Per Kategori di Indonesia menyebutkan bahwa pada bidang fashion dan kecantikan menduduki transaksi terbesar yaitu Fashion & Kecantikan USD 2.466, yang kedua adalah transaksi pada Travel & akomodasi USD 2.417, yang ketiga adalah transaksi Mainan & hobby USD 1.436, dilanjutkan Furnitur USD 1.288, Elektronik USD 1.273, Makanan & Barang Pribadi USD 593, Video Games USD 0,792, Musik Digital USD 0,004.

Berdasarkan beberapa data diatas, hal-hal tersebut sangat memungkinkan dapat menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar *e-commerce* yang potensial disamping keadaan pasar konvensional yang sedikit-demi sedikit menurun. Dijelaskan juga Menurut Kepala Pusat Kebijakan Pendapatan Negara (PKPN) Badan Kebijakan Fiskal (BKF), Rofyanto Kurniawan, memang saat ini harus diakui bahwa perdagangan melalui *e-commerce* telah mampu menjadikan model bisnis jauh lebih efisien dibandingkan dengan perdagangan konvensional. Di sisi lain, data Asosiasi

Pengusaha Indonesia (Apindo) menunjukkan adanya pergeseran pola belanja masyarakat yang beralih pada produk-produk *e-commerce*. Sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi, pelayanan publik yang sama menjadi hak bagi setiap warga negara, namun di sisi lain setiap warga negara juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi membangun negara melalui pajak.

#### **4.4 Kendala yang di hadapi dalam Penerapan Pajak E-Commerce di Indonesia**

##### **1. Transaksi *E-Commerce* yang Sulit di Deteksi Wujud Usahanya**

Bisnis *e-commerce* memiliki karakter khusus yakni menggunakan jaringan internet sebagai tulang punggungnya, maka dari itu proses transaksi yang ada haruslah dilakukan dengan cepat dan praktis. Karakteristik inilah yang berbeda dengan perdagangan konvensional lainnya karena ternyata hal ini mendatangkan masalah tersendiri, yaitu sulitnya pemerintah menetapkan peraturan pajak yang jelas dan adil.

Dalam buku Siti Resmi, dijelaskan bahwa ada dua hal yang menjadi masalah perpajakan disebabkan oleh transaksi *e-commerce*, yakni pajak langsung dan pajak tidak langsung:

##### **a. Pajak Langsung**

Pajak langsung dibayarkan langsung oleh seorang individu atau organisasi untuk suatu entitas mengesankan. Seorang wajib pajak, misalnya, membayar pajak langsung kepada pemerintah untuk tujuan yang berbeda, termasuk pajak riil properti, pajak properti pribadi, pajak penghasilan atau pajak atas aset. Contoh dari pajak langsung adalah pajak penghasilan (PPh), pajak bumi dan bangunan (PBB), pajak penerangan jalan, pajak kendaraan bermotor, dan lain sebagainya. Pajak langsung berbeda dari pajak tidak langsung, di mana pajak tidak langsung dikenakan pada satu entitas, seperti penjual, dan dibayar oleh yang lain, seperti

pajak penjualan dibayarkan oleh pembeli dalam pengaturan ritel. Pajak tidak langsung atau *indirect tax* ini merupakan pajak yang dikenakan terhadap barang konsumsi seperti halnya pada pajak pertambahan nilai (PPN) pajak bea balik nama kendaraan bermotor (BBNKB), dan lain-lain.

Untuk pajak penghasilan (PPH) dalam pajak yang bersifat langsung atau *direct tax*, ditemukan 2 kendala dan masalah yang disebabkan oleh karakter bisnis e-commerce tersebut:

1. Problem pertama adalah terjadinya kebimbangan dalam menentukan bentuk toko nyata tempat penjual berjualan. Biasanya dalam melakukan usaha perdagangan secara konvensional, sebuah toko konvensional maka akan dikenakan pajak atas segala kegiatan usahanya. Namun, dengan karakter dan sifat usaha *e-commerce*, kebutuhan untuk membuka cabang menjadi tidak lagi diperlukan karena dunia *e-commerce* di nilai proses bisnisnya lebih bebas dibandingkan dengan bisnis konvensional. Hal ini mengakibatkan pelaku usaha e-commerce tersebut bebas memasarkan produknya di berbagai Negara.
2. Permasalahan pajak kedua yang muncul dalam *e-commerce* adalah sulitnya melacak identitas perusahaan ataupun individu. Hal ini mengakibatkan fiskus menjadi sulit untuk memungut pajak tersebut. Apalagi dalam kasus perdagangan elektronik.

#### b. Pajak Tidak Langsung

Kesulitan menentukan pajak tidak langsung ini disebabkan oleh perkembangan dunia teknologi informasi, dimana menambah jenis barang baru berupa produk digital atau perangkat lunak (*software*) yang dapat diperjualbelikan secara online. Berbeda dengan perdagangan konvensional, barang atau produknya dapat dilihat langsung secara fisik. Hal serupa juga

disampaikan oleh Dirjen Pajak Fuad Rahmany dimana pihaknya tengah berusaha mengejar wajib pajak dari sektor *e-commerce*, namun memang cukup sulit untuk mendeteksi walaupun sudah sebagian yang terkena pajak, menurut beliau sangat sulit mendeteksi dimana saja wajib pajak berada.

Banyak jenis produk yang saat ini telah diubah ke dalam bentuk digital, seperti buku, video, lagu, film, dan sejenisnya. Barang-barang tersebut dapat diperjual belikan secara online melalui internet. Hal ini menjadi satu kendala yang dialami pihak perpajakan untuk mengetahui transaksi tersebut. Jika ditinjau dari sudut pandang pajak tidak langsung (*indirect tax*), ternyata ada dua masalah utama yang muncul terkait dengan *e-commerce* ini:

1. Masalah pertama yaitu disebabkan oleh sifat transaksi *e-commerce* yang tanpa batas (*Cross Boreder*), sehingga mampu menembus batas-batas Negara. Jika kita mengamati proses transaksi jual beli barang yang tak berwujud melalui jaringan online, maka produk tersebut bisa terbebas dari pengenaan atau pungutan pajak tidak langsung. Misalnya, seseorang membeli sebuah buku berbentuk digital yang dibeli dari toko online di luar negeri. Ketika barang tersebut telah sampai di perangkat komputer si pembeli yang berlokasi di sebuah kota di Indonesia, maka barang tersebut akan luput atau terbebas dari pengenaan pajak penjualan ataupun peraturan pajak impor yang berlaku di Indonesia. Hal ini tentu berbeda dengan bentuk cetak biasa (non-digital). Di saat produk buku tersebut masuk ke wilayah Indonesia, maka akan dikenakan tarif pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku Negara ini. Inilah yang menjadi satu topik permasalahan pajak *e-commerce* di Indonesia dan hampir semua Negara di dunia.

2. Permasalahan kedua adalah upaya bagaimana caranya mendeteksi transaksi barang berbentuk digital agar bisa dikenakan penerapan kepatuhan perpajakannya, terutama proses transaksi barang digital yang terjadi lintas Negara. Besar kemungkinan adanya potensi pajak yang hilang tersebut tidak dapat diketahui oleh otoritas pajak di kedua Negara asal penjual dan pembeli.

## 2. Kesadaran serta Pemahaman Perpajakan Wajib Pajak yang belum maksimal

Perpajakan di Indonesia menganut sistem *self assessment*. Wajib pajak (WP) diberi kepercayaan dan tanggung jawab sepenuhnya untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan secara teratur kewajiban perpajakannya kepada kantor pelayanan pajak atau KPP (Sultoni, 2013). Sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi, pelayanan publik yang sama menjadi hak bagi setiap warga negara, namun di sisi lain setiap warga negara juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi membangun negara melalui pajak. Pajak terhadap transaksi *E-Commerce* dinilai memiliki peran yang sangat penting dalam kepentingan suatu negara.

Di lain sisi, masyarakat juga cenderung belum memahami tentang perpajakan, sehingga pajak terhadap transaksi *E-Commerce* ini juga di nilai belum dapat di realisasikan secara baik. Hal ini dapat di buktikan dari pernyataan beberapa wajib pajak seperti menginginkan minimal pendapatan agar dapat di kenakan pajak, serta alasan bahwa seorang mahasiswa yang mengaku belum mempunyai kewajiban untuk membuat NPWP karena belum lulus kuliah. Dalam hal ini pemerintah melalui Kementerian Keuangan (Kemenkeu) dinilai mempunyai tugas berat untuk mewujudkan keadilan ekonomi bagi semua warga negara melalui instrumen perpajakan. Salah satu cara untuk mewujudkannya adalah dengan melakukan sosialisasi mengenai perpajakan kepada para pelaku bisnis online.



### 3. Sosialisasi belum dilakukan secara menyeluruh

Kesadaran dan Pemahaman dari para Wajib Pajak berbanding lurus dengan sosialisasi yang belum dilakukan secara menyeluruh oleh Fiskus. Menurut Linggo Saputro, sosialisasi mengenai Pajak terhadap transaksi *E-Commerce* sudah pernah dilakukan pada saat awal keluarnya Surat Edaran No 62 tahun 2013. Namun, pertumbuhan pelaku bisnis yang makin pesat, dirasa sangat diperlukan untuk sosialisasi kembali, beberapa Wajib Pajak yang sempat menjadi informan pun mengaskan bahwasannya mereka belum pernah mendapatkan sosialisasi terkait Pajak atas transaksi *E-Commerce*, dan mereka menginginkan sosialisasi tersebut agar dapat memahami perpajakan terutama pada perpajakan terhadap transaksi e-commerce, mengingat tidak semua pembisnis memiliki latar belakang pendidikan dari lulusan ekonomi. Menurut para wajib pajak, secara umum pelaku usaha menyatakan mereka siap membantu pemerintah, asalkan mereka pun mendapatkan edukasi terkait pajak terhadap transaksi e-commerce.

Sistem pengawasan dari pajak terhadap transaksi *e-commerce* sendiri belum maksimal, Linggo menyampaikan bahwa untuk posisi sekarang, hanya sebatas himbauan, yang bergerak adalah bagian ekstensifikasi dari Kantor Pajak Pratama. Untuk WP yang sudah ada di sistem, perpajakannya akan masuk kedalam pengawasan sendiri. Sementara WP yang belum masuk sistem akan masuk kedalam ekstensifikasi. Caranya masih di pikirkan oleh Fiskus, bagaimana cara yang pas untuk memajaki dengan *effort* yang lebih sedikit, jadi tuntut Kantor Pajak Pratama tidak lagi harus mencari satu persatu wajib pajak. Rancangan regulasi kedepannya adalah kesadaran dari atau orang pribadi, dimana pelapak itu berjualan transaksi melalui mereka. Ketua Umum Asosiasi *e-commerce* Indonesia (idEA), Aulia Marinto mengatakan, pihaknya belum bisa

memperkirakan bagaimana kebijakan baru tersebut nantinya akan mempengaruhi bisnis *e-commerce*, sebab hingga saat ini mekanisme pemungutan pajak terutang *e-commerce* masih dalam perumusan. “Agak sulit melihat bagaimana dampaknya terhadap harga jual barang dalam konteks item per-*item*. Apalagi kami belum tahu seperti apa tata caranya,” kata Aulia.

Ada dua hal yang menjadi perhatian Fiskus terhadap penerapan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce*. Pertama, penyedia platform perlu diberikan waktu yang cukup untuk menyiapkan sistem penyetoran pajak atau pemberian NPWP virtual terhadap pedagang *e-commerce* jika dibutuhkan. Kedua, pelaku *e-commerce* juga menginginkan agar kewajiban penyetoran pajak yang terutang juga berlaku pada media sosial, iklan baris, dan lain-lain. Ketiga, sosialisasi kembali dirasa sangat di butuhkan agar pihak Wajib Pajak pun memahami bahwasannya mereka memiliki kewajiban untuk membayar Pajak sama seperti pedagang konvensional. Hal ke empat yaitu mengiklankan kewajiban membayar pajak pada platform-platform di media sosial maupun di *e-commerce*, sehingga para wajib pajak paham akan adanya kewajiban yang harus mereka penuhi pada saat mereka berjualan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bisnis *e-commerce* di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam bidang perdagangan *e-commerce* bukan hanya tumbuh sangat pesat di Indonesia, namun juga ekosistem yang menyertainya akan meningkat pesat. Semakin meningkatnya transaksi *e-commerce*, banyak pihak yang mulai menyadari pentingnya sebuah kebijakan dan informasi yang menyeluruh agar industri ini dapat tumbuh berkembang. Pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi *e-commerce* telah dipungut sesuai aturan yang berlaku. Sehingga, pedagang yang berjualan secara konvensional ataupun melalui *e-commerce* sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakannya. Tidak ada perbedaan tarif pajak yang dikenakan atas transaksi melalui *e-commerce* dengan transaksi melalui cara konvensional. Berdasarkan surat edaran No 62 Tahun 2013, ada 4 jenis transaksi Online yang akan masuk dalam perhitungan pajak, yaitu *Online Marketplace*, *Classified Ads*, *Daily Deals*, *Online Retail*. Tarif perpajakannya mengikuti tarif Peraturan Perpajakan No 46, terhitung PPh final 0.5%, kemudian jika penjualan lebih dari 4.8 Miliar secara PPN, wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dan wajib memungut PPN 10% sama dengan yang berdagang secara konvensional.

2. Dalam penerapan pajak atas transaksi *e-commerce* memiliki faktor pendukung yaitu kemudahan sistem jual beli barang atau jasa pada toko online dibandingkan oleh sistem jual beli pada toko konvensional. Dilansir dari Score MX Multi-Platform, June 2017, rata-rata pertumbuhan marketplace mendekati angka 100 persen, sedangkan *e-commerce* mencapai 289 persen. Sedangkan untuk *Classified Ads* dan *Daily Deals* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan meskipun tidak sebesar pada transaksi *Online Retail* dan *Online Marketplace*. Maka dari itu kewajiban perpajakan di nilai sangat di butuhkan mengingat peningkatan yang terjadi pada setiap transaksi penjualan *Online*. Faktor pendukung yang ke dua adalah pemerintah juga telah melakukan penegasan terhadap aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce*. Sebelum keluarnya Peraturan Menteri Keuangan mengenai Perpajakan E-Commerce dan menekan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (SPNBE) / Road Map e-Commerce Tahun 2017-2019, penegasan terhadap aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce* sebelumnya telah di atur pada Surat Edaran Direktur Jendral Pajak No 62 tahun 2013. Faktor Pendukung terakhir yaitu Kesetaraan Pajak Bagi Pelapak Konvensional dan Online dimana Linggo Saputro, Pelaksana dari Seksi Peraturan PPN Perdagangan II di Direktorat Peraturan Perpajakan I menjelaskan bahwa pihak Direktorat Jendral Pajak ingin melakukan equal treatment dalam penerapan pajak baik pada transaksi konvensional serta transaksi online. Banyak toko konvensional yang tutup di daerah Jakarta seperti Glodok. Bisa jadi benar-benar tutup karena harga sewa tempat yang mahal. Mengakibatkan terjadinya pergeseran dari konvensional kepada bisnis online. Dari hal-hal tersebut dapat di simpulkan bahwasannya pajak terhadap transaksi *e-commerce* wajib di kenakan

kepada para pedagang online mengingat peraturan perpajakan sudah jelas adanya, ditunjang dengan data data terhadap peningkatan transaksi e-commerce dari tahun ke tahun yang sudah jelas dan pendapatan tertinggi negara di dapatkan dari sektor perpajakan.

3. Dalam penerapan pajak atas transaksi *e-commerce* memiliki tantangan terhadap kesadaran dari Wajib Pajak yaitu para pelaku bisnis *e-commerce* yang belum maksimal. Perpajakan di Indonesia menganut sistem *self assessment*. Wajib pajak (WP) diberi kepercayaan dan tanggung jawab sepenuhnya untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan secara teratur kewajiban perpajakannya kepada kantor pelayanan pajak atau KPP (Sultoni, 2013). Di lain sisi, masyarakat juga cenderung belum memahami tentang perpajakan, sehingga pajak terhadap transaksi E-Commerce ini juga di nilai belum dapat di realisasikan secara baik. Salah satu cara untuk mewujudkannya adalah dengan melakukan sosialisasi mengenai perpajakan kepada para pelaku bisnis online. Kemudian kendala ke dua yaitu sosialisasi yang belum dilakukan secara menyeluruh. Hal ini di sampaikan oleh Fiskus bahwasannya sosialisasi mengenai Pajak terhadap transasksi *E-Comerce* sudah pernah dilakukan pada saat awal keluarnya Surat Edaran No 62 tahun 2013 tetapi menurut Wajib Pajak, pihak Wajib Pajak belum pernah menerima sosialisasi mengenai pemberlakuan pajak terhadap transaksi *E-Comerce*. Kendala terakhir adalah Transaksi *E-Comerce* yang sulit di deteksi wujud usahanya. Bisnis *e-commerce* memiliki karakter khusus yakni menggunakan jaringan internet sebagai tulang punggungnya, maka dari itu proses transaksi yang ada haruslah dilakukan dengan cepat dan praktis. Karakteristik inilah yang berbeda dengan perdagangan konvensional lainnya karena ternyata

hal ini mendatangkan masalah tersendiri, yaitu sulitnya pemerintah menetapkan peraturan pajak yang jelas dan adil.

## 5.2. SARAN

1. Pihak Direktorat Jendral Pajak dapat bekerja sama dengan beberapa pihak terkait (kemeninfo, Penyelenggara E-Commerce dan bank) perihal transaksi e-commerce.
1. Pihak Direktorat Jendral Pajak dapat melakukan sosialisasi kembali mengenai penerapan pajak atas transaksi *e-commerce*, mengingat pertumbuhan transaksi *e-commerce* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Sosialisasi dapat dilakukan kepada UMKM di setiap daerah ataupun kepada para pemilik *Online Marketplace* dan *Classified Ads* mengingat para pelaku bisnis pada kedua jenis transaksi tersebut dinilai belum banyak yang patuh ataupun memiliki kesadaran untuk membayar pajak. Lebih luasnya, Pihak Direktorat Jendral Pajak juga diharapkan mampu menjangkau pangsa yang lebih luas lagi seperti media sosial, memberi edukasi seperti membuat iklan pada media sosial tentang pentingnya membayar pajak karena hal ini memungkinkan para pembisnis sadar akan kepatuhan dalam membayar pajak.
2. Pihak dari bank dapat berkeja sama dengan e-commerce perihal transaksi yang masuk kedalam bank. Jika transaksinya mencapai 4,8M dapat langsung dikenakan PPN pada transaksi (barang) yang ada, sedangkan bank juga membantu mendata siapa saja yang bertransaksi untuk keperluan belanja E-Commerce dan melaporkan kepada pihak Direktorat Jendral Pajak untuk pertukaran data

3. Pihak dari Kemeninfo dapat berkerja sama dengan e-commerce, bersama ikut memantau proses bisnis online yang terjadi, kemudian mendata wajib pajak dan melakukan pertukaran data dengan pihak Direktorat Jendral Pajak. Pihak Direktorat Jendral Pajak kemudian memberikan himbauan kepada wajib pajak tersebut dan jika wajib pajak tidak mau membayar pajaknya, pihak direktorat jendral pajak dapat memblokir kegiatan bisnis dari wajib pajak tersebut.
4. Pihak Direktorat Jendral Pajak dapat berkerja sama dengan pihak penyelenggara e-commerce dan iDEA dalam pertukaran data untuk mengenakan pajak kepada para penjual yang belum patuh.



## Daftar Pustaka

- e-Commerce di Indonesia Sudah Diatur Dalam UU Perdagangan*. (2014, Oktober Jumat). Retrieved Januari 8, 2018, from Direktorat Jendral Pajak Kementerian Keuangan: <http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan>
- Internet World Stats Penetration Rates*. (2017, December 31). Retrieved March 24, 2018, from [www.internetworldstats.com/stats.htm](http://www.internetworldstats.com/stats.htm): <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Undang Undang KUP No 28 . (2017). *Undang Undang KUP No 28* . Indonesia.
- Anita Aprilia, E. S. (2014). Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang E-commerce. *Jurnal Ekonomi*, 2.
- APJII. (2013). “*Indonesia Internet Users*”. Retrieved March 27, 2018, from [http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/page/halamandata/9/statis\\_tik.html](http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/page/halamandata/9/statis_tik.html)
- Dian, P. (2011). Pemanfaatan E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 96.
- Direktorat Jendral Pajak. (2013, December 12). Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce. *Surat Edaran*. Jakarta, Jakarta, Indonesia: Direktorat Jendral Pajak.
- <https://www.cnnindonesia.com>. (2016, 01 23). *nilai transaksi e-commerce di indonesia menggiurkan*. Retrieved December 16, 2017, from <https://www.cnnindonesia.com>: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160122170755-185-106096/nilai-transaksi-e-commerce-di-indonesia-menggiurkan>
- Irnawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 95.
- Laudon, C. K. (2007). *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Makalag, L. (2016). Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha dalam Transaksi Prdagangan Online (e-Commerce). *Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion*, 1.
- Mangoting, Y., & Sadjiarto, A. (2013). *Pengaruh Postur Motivasi terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Retrieved January 11, 2018, from <http://doi.org/10.9744/jak.15.2.106-116>
- Pajak, D. J. (1983). Undang-Undang Pajak Penghasilan . *Undang-Undang No. 7 Tahun 1983*. Indonesia: Direktorat Jendral Pajak.



Pajak, D. j. (2000). Undang-Undang No. 16 Tahun 2000. *Undang-Undang No. 16 Tahun 2000*. Indonesia: Direktorat jendral Pajak.

Puspa, D. (n.d.). *Pajak e-Commerce: Online Retail*. Retrieved Desember 7, 2017, from <https://www.online-pajak.com/>: <https://www.online-pajak.com/id/pajak-e-commerce-online-retail>

Puspa, D. (n.d.). *pajak-pertambahan-nilai-ppn*. Retrieved Januari 21, 2018, from <https://www.online-pajak.com/>: <https://www.online-pajak.com/id/pajak-pertambahan-nilai-ppn>

Resmi, S. (2016). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.

Sakti, N. W. (2014). *Buku Pintar Pajak Ecommerce (dari mendaftar sampai membayar)*. Jakarta: Visimedia.

Statistik, B. P. (2017). “*Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2017*”. Retrieved March 27, 2018, from “*Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2017*”: <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1364>

Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan*. Yogyakarta: Top Dunia.

Undang-Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Undang-Undang No.28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan

Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang No.36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan

Undang-Undang No.42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah

Ustadianto, R. (2001). Framework E-Commerce. In R. Ustadianto, *Framework E-Commerce* (p. 32). Yogyakarta: ANDI.

Waluyo. (2016). *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

We Are Social and Hootsuite. (2018, January 29). *digital in 2018 global overview*. Retrieved May 25, 2018, from <https://www.slideshare.net/>: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464>



## I. LAMPIRAN 1

Surveyor : Pewawancara

Narasumber 1 : Narasumber dari Direktorat Jendral Pajak Kantor Pusat

Surveyor : Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh, sebelumnya saya ingin memperkenalkan diri dulu, nama saya Anggia Yustika Sari, dari Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Disini saya ingin melakukan penelitian mengenai “Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce” dimana ruang lingkup dari pertanyaan yang saya akan ajukan itu, pertama ada gambaran umum, faktor pendukung dan kendala dalam penerapan pajak *e-commerce*. Sebelumnya saya ingin bertanya saya berbicara dengan siapa?

Narasumber 1 : Saya Linggo Saputro, disini sebagai Pelaksana dari Seksi Peraturan PPN Perdagangan II di Direktorat Peraturan Perpajakan I, kalau bicara mengenai peraturan perdagangan, mungkin lebih kepada yang menyusun regulasi terkait dengan faktor retail.

Surveyor : Pajak terhadap transaksi *e-commerce* di Indonesia sudah sejauh mana berkembangnya?

Narasumber 1 : Karena ini ranahnya Regulasi, Direktorat Jendral Pajak terkait dengan *e-commerce* ini pada dasarnya kita telah membuat penegasan yang menyatakan bahwa aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce* atau transaksi online ini sama dengan konvensional, baik aspek PPh maupun PPN. Surat Edaran No 62 tahun 2013 terkait dengan penegasan ketentuan

perpajakan atas transaksi e-commerce, disini digambarkan detail menurut pajak ruang lingkup *e-commerce* itu apa saja. Kalo dari Surat Edaran 62 dilampirannya tujuannya adalah agar keseragaman. Karena yang selama ini berkembang kan asumsinya itu mereka yang jualannya *e-commerce* kena pajak atau engga, bayar pajak atau engga terus pajaknya gimana?. Nah makanya di terbitkan Surat Edaran ini yang bilang bahwa sama, ketika pengusaha jualannya konvensional bayar pajak, pengusaha online juga bayar pajak. Kalo kita bicara PPh di atas penghasilan dia, dia bayar pajak. Kalo kita bicaranya PPN, ketika dia sudah lebih dari batasan penghasilan kena pajak 4,8M, maka dia harus di kukuhkan sebagai pengasilan kena pajak dan harus dipungut PPN. Artinya jika konvensional berlaku, seharusnya untuk yang e-commerce juga sama, makanya ada yang dinamakan *equal treatment*. Jadi secara regulasi sudah bilang seperti itu. Kalo dari Surat Edaran ini dibilang dilampirannya ruang lingkupnya ada 4, jadi cakupannya itu untuk *e-commerce* itu ada *Online Marketplace* kaya Bukalapak, Tokopedia, Lazada. Orang jualan disitu, sifatnya lebih kaya pasar. Dia hanya menyediakan tempat, sebagai perantara, termasuk menyediakan sistem pembayaran. Jadi kita kalo mau nyari barang cukup ke Lazada, bayarnya ke Lazada. Terus juga disini ruang lingkupnya termasuk *Classified Ads*, atau iklan, ini agak berbeda, ini kaya iklan aja, contohnya itu kaya kaskus, mereka Cuma iklan baris tapi teransaksinya langsung antara penjual dan pembeli. Kemudian adayang namanya *Daily Deals*, group on dia jualan voucher ticket hotel, makanan, ktia gabeli barang tapi beli voucher, bisa dituker langsung ke hotel, biasanya dengan harga yang lebih murah, yang

terakhir, *Online Retail*, kalo beli tiket Garuda, lewat Garuda langsung, kai lewat kai langsung. Selain dia jualan konvensional melalui konter-konter, dia juga jualan melalui website. Tapi kalo kita berbicara Surat Edaran no 62 ini produknya transformasi proses bisnis. Disini juga ada, cuma kasinya kasi sebelah, perdagangan 1 dan jasa karena sektornya jasa. Kemarin ke tempat perdagangan 2 karena memang lagi disusun aturan lebih spesifik atas transaksi perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*. Yang sifatnya lebih tinggi dari Surat Edaran, tapi masih drafting, belum selesai.

Surveyor : Berapa banyak e-commerce yang sudah terdaftar sebagai wajib pajak di Indonesia?

Narasumber 1 : Kalo nanya jumlah, belum pernah ngukur. Tapi kalo bicaranya adalah *online marketplace, classified ads, daily deals* dan *online retail* itu sepertinya sudah terdaftar sebagai wajib pajak, Tokopedia dia sudah punya NPWP, *online retail* dia punya website dia sudah punya NPWP, tapi kalo kita ngomong berapa jumlahnya itu harus dicari dulu. Tapi sebenarnya *e-commerce* kan lebih luas dari ini, yang belum masuk disini adalah mereka yang jualannya di media sosial, *facebook, instagram*, atau yang jualannya. Cuma lewat *whats app*, nah itu yang diluar ruang lingkup Surat Edaran dan sekarang belum terjamah, belum ada pengaturan spesifik. Tapi kalo secara aturan umum, mereka harus ikut aturan umum. Misal jual di *instagram*, harus bayar pajak, implementasinya ini yang nanti di serahkan di masing-masing KPP melihatnya seperti apa. Tapi kalo secara pajak mereka harus bayar PPh dan PPN. Kalau PPh ada PP46 (PPh final 1%) ketika mereka masuk ke skema PP46 maka mereka harus bayar

PPH 1%, diatas itu ikut tarif umum pasal 17. Kalau PPN, ketika omset sudah melebihi 4,8 M, disitu harus ada PPN seperti ketentuan normal.

Surveyor : Kira-kira di *social media* akan diadakan aturan khusus atau tidak?

Narasumber 1 : Kalau yang si *social media* direncana yang pengaturan diatasnya Surat Edaran ini sudah mengatur, untuk yang *social media* seperti apa, peraturannya tersendiri.

Surveyor : Bagaimana jika kasus pembelian online (game online, buku online, lagu online dsb) yang bentuknya tidak nyata dapat dikenakan pajak, yang bentuknya tidak langsung dirasakan?

Narasumber 1 : Kalo kita bicara game, buku, lagu online, dari aspek PPN, ada UU PPN, UU no 8 th 83, UU no 42 th 2009, pasal 3a ayat 3, tentang pemanfaatan barang kena pajak tidak berwujud, terutang PPN 10%, yang bayar yang memanfaatkan, ada aturan tersendiri, PMK 40 tahun 2010, pemanfaatan BKP Tidak Berwujud & Ekspor jasa ada tata cara, pembeli yang harus menyetor.

Surveyor : Jadi tidak termasuk dalam lagu itu?

Narasumber 1 : Karena ini transaksi *cross border*, *e-commerce*, lazada, garuda dalam daerah pabean, dia punya kewajiban sendiri untuk nyetor sendiri PPN sebagai wajib pajak dalam negri. Beda dengan yang jualannya wajib pajak yang bukan dalam negeri, agak susah/bahkan gabisa memaksa memungut ppn, karena itu diluar yurisdiksi kita, makanya yang dikenakan yang memanfaatkan, ini untuk *cross border*. Tapi kalau

belinya dari dalam negeri (pabean) konsepnya sama dengan *online retail*, misal di *websitenya* gramedia harga Rp. 10.000 maka harus ada PPN 10%.

Surveyor : Kalo misal dari luar, buku online dari luar negeri itu berarti gimana ya perpajakannya?

Narasumber 1 : Misal *android*, *appstore*, disana ada yang jual buku, yang jual adalah *google playstore*, buku ini harganya Rp. 3.000, entah bayar pakai kartu kredit atau potong pulsa, tapi ketika beli dapat *receipt*, gaakan ada ppnnya, makanya untuk kasus seperti itu posisi sekarang adalah ikut PMK 40. Misal saya beli buku lewat *playstore* harganya misal Rp. 15.000 maka saya harus setor PPN atas pemanfaatan buku sebesar 10% dari Rp. 15000, Rp. 1.500, gitu. Secara regulasi ya.

Surveyor : Tapi itu masih banyak yang belum patuh ya?

Narasumber 1 : Iya, karena gaada pertukaran data antara google dan pajak, tapi lebih ke *self assement*.

Surveyor : Kemudian, pemberlakuan pajak *e-commerce*. Pajak *e-commerce* ini sudah ada sejak kapan di Indonesia?

Narasumber 1 : Sebenarnya kita agak menghindari *term* atau istilah atau definisi pajak *e-commerce* karena seolah-olah itu merupakan pajak baru, sementara posisi samapai dengan saat ini, aspek perpajakan atas transaksi melalui *e-commerce* itu tidak menimbulkan atau menyebabkan kewajiban perpajakan baru. Beda misalnya kalau pernah baca berita Australia disana ada *Google Tax*, *Amazon Tax*, Cuma kita memutuskan tidak membuat pajak baru, hanya PPN dan PPh. Sejak kapan? Kalau

secara regulasi ini, inikan penegasan ya sifatnya, kalau dari SE 62 2013 ini dia 27 Desember 2013, tapi karena ini sifatnya penegasan, harusnya ini bukan ketentuan baru, karena kalo kita bicara penegasan itu hanya menegaskan ketentuan baru yang sudah ada, jadi ketentuan baru yang sudah ada itu apa, ya undang-undang ppn, undang-undang KUP, dan Undang-Undang PPh, kalo bicara Undang-Undang itu maka itu sudah berlaku sejak tahun 1983, kita Cuma mau bilang bahwa *e-commerce* dan komersional itu perpajakannya sama.

Surveyor : Kenapa di beberapa daerah itu dengan Pajak *E-Commerce* ini masih kaget? Apa hanya di Jakarta saja yang sudah di terapkan atau gimana?

Narasumber 1 : Oke. Berarti itukan masalahnya lebih kepada masalah gimana menyampaikan kepada masyarakat termasuk juga gimana menyampaikan kepada teman-teman kita di daerah. Balik lagi kalo secara regulasi sudah ada di 2013. Cuma berarti ya masalahnya baik masyarakat belum terlalu *aware* pun ternyata temen temen kita juga belum *implement* nih untuk yang SE 62 2013, karena sebenarnya kalo aku sebagai pegawai pajak, ketika melihat berita judulnya adalah PT. A bertransaksi di Lazada omset setahun adalah sekian miliar, itukan artinya dia ga laporkan, bapak itu bisa saya kasih, misal dia ga punya NPWP, saya kasih NPWP, saya himbau untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, langsung dapat himbauan karena mungkin bapak itu belum tahu.

Surveyor : saya sendiri tahu pajak *e-commerce* ini karena banyak yang mempromosikan dagangannya itu dari selebgram, ini mereka kena pajak ga ya?



Narasumber 1 : kalo kita bicaranya dari media sosial misal *instagram* atau *facebook* kita gabisa dapet data, kalo dari pajak saya akan lihat dari contact person yang bisa saya *follow up*, tapi saya tidak tahu ada transaksi atau tidak. Kalo disini ada link kita bisa cari *websitenya*, kalo ada *whatsapp* kita bisa cari orangnya. Secara intuisi pajak, saya bisa NPWPkan, saya himbau untuk bayar pajak.

Surveyor : Bagaimana sistem pelaksanaan Pajak E-Commerce?

Narasumber 1 : teknisnya, untuk yang online retail, karena mereka udah patuh, dia sekaligus lapor SPT, jadi satu. Kalo yang *marketplace*, dia posisinya marketplacena sendiri itu juga lumayan, misal bli-bli, misal dia jualan barangnya sendiri masih patuh, kecuali yang mereka jualan di situ, saya sebagai petugas pajak saya harus nyari masing-masing orang yang jualannya pelapak-pelapak, saya ahrus himbau disitu.

Surveyor : Bagaimana sistem pemungutan dan perhitungan dari Pajak *E-Commerce*?

Narasumber 1 : cara perhitungannya sama, misal online retail dan marketplace perhitungannya normal karena mereka WP dan mereka PKP, mungkin untuk pelapak, ketika mereka jualan ga sampai 4.8M mereka masuk PP46, kalau begitu mereka masuk PPh final 1%, kemudian kalau dia jualan lebih dari 4.8M wajib PKP secara PPN, wajib dikukuhkan sebagai PKP dan wajib memungut PPN 10% sama dengan yang konvensional.

Surveyor : Bagaimana cara mengawasi penerapan dari Pajak *E-Commerce*? Dengan himbuan saja atau ada cara lain?

Narasumber 1 : untuk posisi sekarang, iya, hanya sebatas himbauan. Jadi yang bergerak bagian ekstensifikasi KPP, untuk WP yang sudah ada di sistem itu akan masuk kedalam pengawasan sendiri, sementara WP yang belum masuk sistem akan masuk ke ekstensifikasi. Caranya masih di pikir, bagaimana cara yang pas untuk memajaki dengan *effort* yang lebih sedikit, jadi teman KPP ga harus nyari. Rancangan regulasi kedepan, yang bisa kita mintain bantuan tolong adalah memang badan atau orang pribadi dimana pelapak itu jualan disitu dan transaksi melalui mereka, baru kita bisa minta tolong sekalian minta pungutin pajaknya.

Surveyor : Apa saja yang menjadi faktor pendukung terhadap keputusan pemerintah dalam penerapan Pajak E-Commerce?

Narasumber 1 : pertama, kita mau *equal treatment*. Di Jakarta sendiri banyak konvensional yang tutup, yang retail banyak yang tutup. Glodok juga sudah sepi, bisa jadi mereka benar-bener tutup, bisa jadi mereka karena nyewa tempatnya mahal. Jadi banyak pergeseran dari konvensional ke online, ataupun yang benar-bener dari konvensional mati. Kebijakan *e-commerce* itu kita harapkan ada *equal treatment* sebenarnya, bahwa yang jualan konvensional bayar pajak, yang *e-commerce* harusnya juga bayar pajak.

Surveyor : Bagaimana peranan Pajak *E-Commerce* terhadap perekonomian di Indonesia?

Narasumber 1 : kalau ngomongin jumlah, saya tidak pernah dapat jumlahnya, harus bertanya ke BPS, kemarin aku dengar BPS sedang menghitung, sebenarnya berapa transaksi di Indonesia yang melalui *E-Commerce*, udah

selesai atau belumnya aku belum tahu. Tapi kalau berbicara secara perpajakan, yang jelas *e-commerce* ini menjadi sesuatu hal yang baru dan kita pingin hal yang baru ini ga kena pajak, asmsi masyarakat, kita ga pengen berfikir seperti itu. Kita sedang mikir gimana cara simple, mudah dan mereka gakerasa mereka sudah bayar pajak, sampai kesananya itu susah.

Surveyor : Bagaimana kendala yang dihadapi dalam penerapan Pajak *E-Commerce* di Indonesia?

Narasumber 1 : masih bingung cara memungut terutama dari media sosial.

Surveyor : Bagaimana kalian sebagai petugas pajak bisa tahu Wajib Pajak sudah bayar pajak atau belum? Karena masih banyak wajib pajak yang justru tidak taat membayar pajak?

Narasumber 1 : ini jadi masalah besar sekarang, dengan adanya Surat Edaran no 62 dia bilang bahwa sama perlakuannya. Kalau konvensional masih enak, kita bisa datang ketempat langsung, sedangkan kalau yang online yang bisa kita kejar adalah yang sudah jelas pelapaknya ini, kita bisa datang langsung, bisa NPWPkan langsung. Kita shifting pelapaknya ke marketplacnya

Surveyor : Adakah saran untuk perpajakan Indonesia terutama di bidang *E-Commerce*?

Narasumber 1 : *E-Commerce* merupakan industri baru, harapan saya pajaknya tidak bikin ramai. Kita ingin pajak ini adil, maksudnya adil dengan konvensional bayar pajak dan *e-commerce* bayar pajak, tapi *e-*

*commerce* ini jadi mudah dan tidak ribet, tetapi tidak mengkesampingkan *fairness*.

Surveyor : Adakah keinginan untuk sosialisasi tentang pajak *e-commerce*?

Narasumber 1 : sepengetahuanku waktu terbit Surat Edaran no 62, sudah sosialisasi, karena Surat Edaran no 62 ini dibuat sudah dengan konsolidasi/pembicaraan dengan tokopedia dan sebagainya. Tapi kemarin diskusi denan IDEA, ingin mengajak orang pajak, ketika mereka datang, sekalian menjelaskan sistem perpajakannya.

\*Pertanyaan tambahan:

Surveyor : Menurut masnya nih selakufiskus, Faktor pendukung dari penerapan pajak *e-commerce* itu apa ya?

Narasumber 1 : Yang utama dukungan dari pelaku *ecommerce* itu sendiri, baik *merchant* maupun pelaku lain, seperti *marketplace*. Pajak ini kan *self assessment* sehingga sulit jika harus mengandalkan data fiskus

Surveyor : Apakah dengan adanya surat edaran juga sangat membantu/bisa menjadi salah satu faktor pendukung dalam penerapan pajak *e-commerce*?

Narasumber 1 : Untuk saat ini Surat Edaran No. 62 ini merupakan satu-saunya penegasan aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce*. Keberadaan Surat Edaran ini sangat membantu tidak hanya bagi pelaku *e-commerce* dlm implementasi atas transaksi perpajakannya namun juga bagi fiskus.

Surveyor : Apakah era digital juga dapat menjadi faktor pendukung dari penerapan pajak *e-commerce*?

Narasumber 1 : Era digital merupakan faktor pendukung penerapan pajak *e-commerce*.  
Maksudnya era digital ini arahnya kemana?

Surveyor : Kendala dari penerapan pajak *e-commerce* itu apa ya?

Narasumber 1 : Kendala utama ya karena sifatnya yang online dan tidak ada atau sulit di trace kondisi fisik usahanya, misal *merchant* yang jualan di *marketplace*, kadang menggunakan identitas palsu.

Surveyor : Ketika semisal nih dari pihak pelaku *e-commerce* setuju dengan penerapannya, tetapi ada syarat syarat yang diminta, seperti penetapan omzet minimum untuk dikenakan pajak ataupun sosialisasi kembali tentang pajak *e-commerce* ini, bagaimana tanggapan masnya?

Narasumber 1 : Implementasi pajak atas *e-commerce* dengan Surat Edaran No. 62 sudah berlaku karena tidak ada perbedaan pemajakannya dengan konvensional, termasuk tidak ada perbedaan batasan minimum omzet yang dapat dikenakan pajak. Djp mempunyai tim *digital economy* untuk senantiasa melakukan sosialisasi dan menetapkan kebijakan atas pajak *e-commerce*.

Surveyor : Apa solusi kedepannya menghadapi kendala yang dihadapi oleh djp?

Narasumber 1 : Perlu kebijakan yang dapat *capture* industri *e-commerce* dengan baik

## II. LAMPIRAN 2

Surveyor : Pewawancara

Narasumber 2 : Wajib Pajak 1

Surveyor : Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh, sebelumnya saya ingin memperkenalkan diri dulu, nama saya Anggia Yustika Sari, dari Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Disini saya ingin melakukan penelitian mengenai “Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce” dimana pajak *e-commerce* sekarang lagi maju-majunya di dunia, banyak toko konvensional yang tutup karena memilih berjualan secara online. saya berbicara dengan siapa dan jabatannya apa?

Narasumber 2 : Saya Wajib Pajak 1, sebagai *co-founder*, sekarang jabatannya dibagian penanggung jawab produksi.

Surveyor : seberapa jauh anda tahu tentang pajak *e-commerce*?

Narasumber 2 : sepengetahuan saya, pajak *e-commerce* ini masih tahap pengkajian, modelnya keputusan menteri keuangan, kemarin saya lihat baru rancangan. Yang saya takutkan pajak, karena ada beberapa orang kejadian, orang berjualan online dan juga punya toko, tiba-tiba ada orang pajak ke tokonya dia, orang pajak tersebut baru datang 2/3 tahun dan menagih sekian juta. Makanya saya juga ingin bertanya apakah undang-undang pajak ini sudah di sahkan atau belum? Karena yang saya tahu masih dalam tahap pembicaraan beberapa pihak. Cuma yang saya lihat e-

*commerce*, pelaku seperti kita bermain di *social media*, saya kira tidak kena pajak *e-commerce* kecuali ketika kita berkerjasama dengan pihak lain, secara tidak langsung kita ikut pajak kalau peraturannya sudah dilakukan. Gatau kalau sudah keluar peraturannya kita akan kena pajak atau belum.

Surveyor : selain di *instagram* dan *facebook*, buka dimana lagi?

Narasumber 2 : kita kerja di tokopedia, juga di khilafah.com, belanja.com, bukalapak.com, kita lebih on di instagram, facebook dan khilafah.

Surveyor : sekarang omset pertahun waton berapa?

Narasumber 2 : kisaran 20-30 juta setahun

Surveyor : kalau misalnya pajak sendiri apakah sudah bayar?

Narasumber 2 : kalau itu sih belum, Cuma harus antisipasi juga sih.

Surveyor : berari kan ini belum bayar karena belum paham ya

Narasumber 2 : iya

Surveyor : kalau menurut anda, dengan adanya pajak *e-commerce* itu gimana?

Narasumber 2 : menurut saya, pajak *e-commerce* tidak masalah. Teteapi harus ada kriteria tertentu, dia yang berbadan hukum, namanya sudah teregistrasi, syarat pendapatan diatas 50 atau 100. Saya setuju saja. Kalau yang masih bertahap dan kecil-kecil menurut saya jangan begitu di ribetin dengan pajak lah. Bagus sih, Cuma kalau yang kecil karena ditakut-takuti dengan pajak akan melempe lagi.

Surveyor : sebelum saya wawancara ini, sudah pernah dapat sosialisasi?

Narasumber 2 : belum pernah, kita secara registrasi juga masih dalam tahap proses

Surveyor : saran untuk peraturan pajak *e-commerce* sendiri apa?

Narasumber 2 : kalau saran saya, yang pertama sosialisasinya, jangan seperti fiksi hukum, dianggap semua orang tahu. Setidaknya ada banyak sosialisasi *e-commerce* karena umkm di indonesia jumlahnya banyak, sosialisasinya di *intense*-kan lagi. Kalo tiba-tiba ada fiksi hukum, dianggap semua tahu kan malah rugi kita, meskipun kita negara hukum, seperti kita dibebani oleh negara. Kedua, ada minimal pendapatan misal 50-100juta baru kena pajak lah, yang jelas hitungannya.





### III. LAMPIRAN 3

Surveyor : Pewawancara

Narasumber 3 : Wajib Pajak 2

Surveyor : Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh, sebelumnya saya ingin memperkenalkan diri dulu, nama saya Anggia Yustika Sari, dari Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Disini saya ingin melakukan penelitian mengenai “Implementasi Pajak E-Commerce”. Ini sebelumnya saya sedang berbicara dengan siapa?

Narasumber 3 : nama saya Wajib Pajak 2 saya Mahasiswa, disini saya berperan sebagai distributor.

Surveyor : sebelum masuk ke pertanyaan tentang *tax e-commerce*, saya ingin bertanya dulu nih, ini bisnis apa ya?

Narasumber 3 : ini bisnis Network Marketing, perusahaannya bernama PT. XXX

Surveyor : untuk produk yang dijual apa saja ya?

Narasumber 3 : semua tentang herbal untuk produk kesehatan.

Surveyor : sudah di jual kemana saja?

Narasumber 3 : karena ini network marketing, kebetulan kita mempunyai jaringan banyak, penjualannya melalui media online. lewat media online tersebut kita mampu menjual produk ini sampai ke luar negeri. Biasanya saya

kirim kebanyakan ke Taiwan, Hongkong, Malaysia, Singapura dan yang paling jauh kemarin ke Amerika.

Surveyor : sudah berapa lama menjalankan bisnis ini?

Narasumber 3 : untuk bisnis ini sudah saya jalani sekitar 6-7bulan

Surveyor : terus jenis jualannya ini di website, *social media* atau ikut *online marketplace*?

Narasumber 3 : untuk penjualannya disini kami bermain ajrangan ya, bermain jaringan ini setiap orang ada yang bermain web, ada juga yang bermain lewat social media, ada juga mungkin yang offline dari mulut ke mulut, wa, bbm dan sebagainya.

Surveyor : sekarang omsetnya per-bulan berapa?

Narasumber 3 : yang namanya usaha kan naik turun ya, saya target yang paling rendah itu 50 juta sedangkan yang paling tinggi 100 juta-an ke atas

Surveyor : seberapa jauh anda tahu tentang pajak *e-commerce*?

Narasumber 3 : menurut saya pajak *e-commerce* itu ketika seseorang berjualan lewat onlineshop atau web disitu mereka mendapatkan omset berapa, baru kita mengenakan pajak sesuai omset tersebut.

Surveyor : dengan omset yang lumayan, masnya sudah pernah membayar pajaknya?

Narasumber 3 : jadi untuk sistem pembayarannya sudah di kontrol oleh perusahaan itu sendiri. Jadi saya per-bulannya sudah terima jadi. Sudah terpotong, misal omset sekian, itu ketika di akhir bulan sudah keluar bonus sudah dalam

bentuk laba bersih. Laba kotor atau pajaknya yang sudah diurus perusahaan.

Surveyor : tapi pernah paham tidak sistemika pembayarannya?

Narasumber 3 : sebenarnya yang saya tahu, ada yang kasusnya sampai 4 Milyar itu dia harus setor NPWP juga, karena perusahaan ga mungkin dong ketika omset besar pajaknya pasti besar, jadi orang tersebut juga harus menyeter NPWP. Nah sedangkan saya kan belum lulus kuliah juga kan, saya belum ada kewajiban untuk membuat NPWP, jadi untuk hal-hal seperti itu saya belum mengetahui.

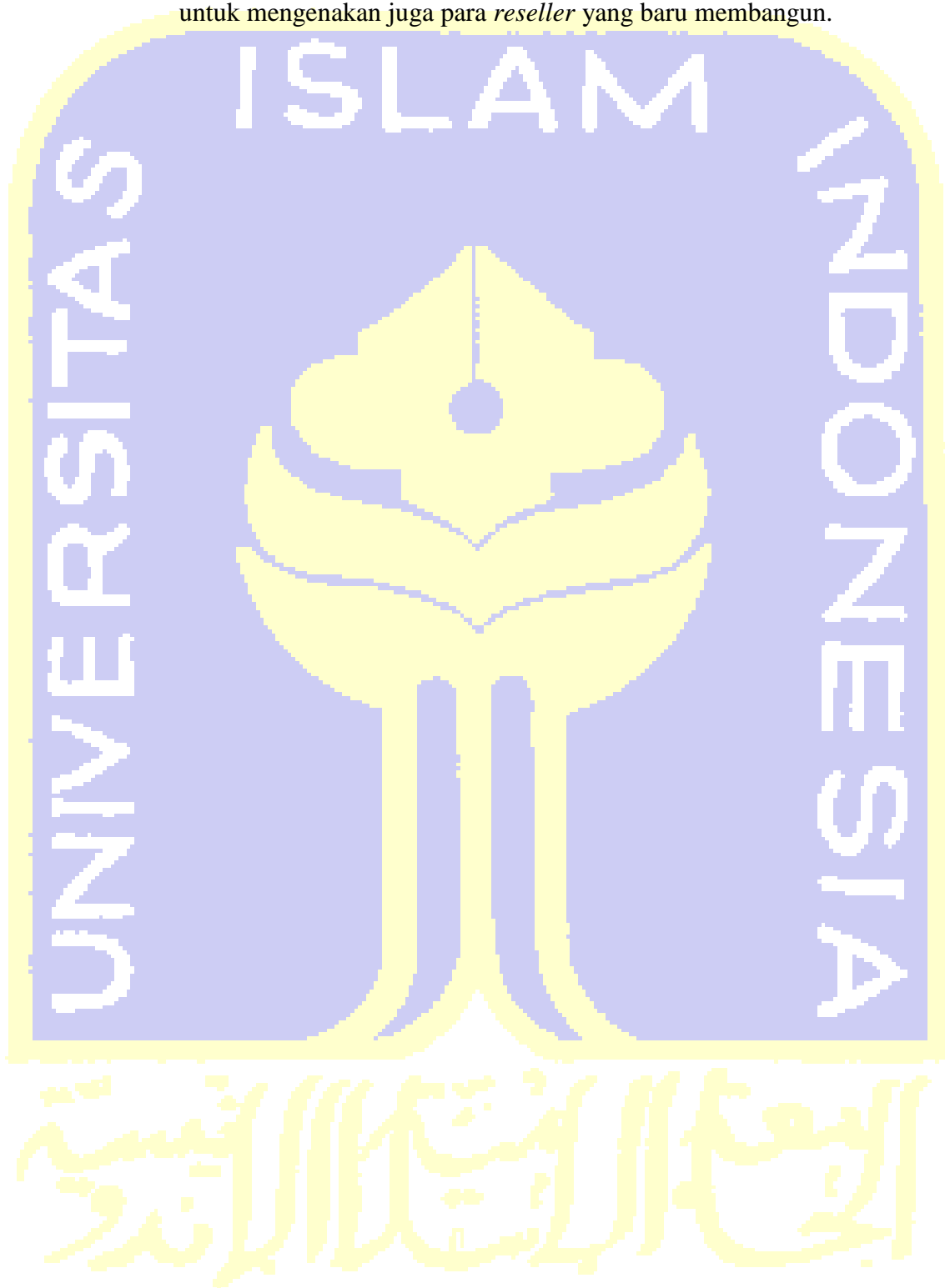
Surveyor : dengan adanya pajak *e-commerce*, persepsi anda seperti apa?

Narasumber 3 : kalau asal omset besar sih tidak apa-apa ya, tapi kalau mereka masih membangun, namanya usaha kan naik turun naik turun terus dikenakan *e-commerce* kurang setuju juga, Cuma kalau mungkin sudah banyak atau sudah besar saya setuju, karena itu juga untuk menambah penerimaan negara juga. Cuma kan kebanyakan kalau *online shop* kan kebanyakan belum sampai full bisnis online shop hanya sekedar modal menambah-menambah biaya hidup saja, jadi untuk saat ini sih belum. Tapi untuk yang untuk targetnya omsetnya besar-besar sih saya setuju banget.

Surveyor : saran untuk perpajakan indonesia?

Narasumber 3 : untuk penargetan omset yang besar harus dikenakan *tax e-commerce*, tapi kita juga melihat ketika seorang baru membangun bisnis dan baru berkembang jangan langsung dikenakan *tax e-commerce*, karena kan dia juga baru memulai jadi banyak pasang surut apalagi contoh kaya jualan

baju, banyak seperti itu. Mungkin kalau menurut saya sih, kita harus memberikan target lah, mungkin kita mau memberikan omset minimal untuk mengenakan juga para *reseller* yang baru membangun.



Surveyor : Pewawancara

Narasumber 4 : Wajib Pajak 3

Surveyor : Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh, sebelumnya saya ingin memperkenalkan diri dulu, nama saya Anggia Yustika Sari, dari Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Disini saya ingin wawancara Wajib Pajak 3 selaku pedagang online ya. disini saya ingin melakukan penelitian mengenai “Implementasi Pajak E-Commerce”. Saya mau tanya nih, jadi Wajib Pajak 3 ini jualan sendiri atau berkelompok?

Narasumber 4 : Jualan sendiri, kan ada jilbab sama masker, itu jualan sendiri. Yang paling menguntungkan instagram, shopee dan bukalapak juga, tapi yang paling aku pake itu shopee.

Surveyor : seberapa jauh anda tahu tentang pemberlakuan pajak *e-commerce*?

Narasumber 4 : sebenarnya tidak begitu ngerti, Cuma intinya karena sekarang tuh mungkin kesenjangan sama toko-toko *offline* yang udah terkalahkan sama online, jadi sekarang tuh jamannya yang *offline* kaya udah ketinggalan gitu, sedangkan yang *offline* itu wajib bayar pajak, kayanya rasanya ga adil aja kalo misal *online* apalagi dia barang-barangnya impor, terus kalo ga diberlakuin pajak juga kayanya janggal gituloh. Tapi itu bukan salahnya yang mau narikin pajak atau siap-siapa tapi itu tuntutan jalan menurutku. Tapi masalahnya itu masih random, karena yang namanya orang mau jualan *online* sekarang kan gampang banget tinggal bikin akun terus masukin foto barang-barangnya gituloh, yang jadi permasalahan itu

masalah skala besar kecilnya, kita mau tau. Mungkin kalau tokopedia, shopee ada perjanjian gitu. Mungkin itu bisa di sosialisasiin melalui sistem dari bukalapaknya itu, kalo *social media* kan kita gatau persyaratannya itu kaya gimana.

Surveyor : kalau misalnya pajak sendiri apakah sudah bayar?

Narasumber 4 : yang jelas aku belum bayar pajak *e-commerce* sih, karena kan saya gencarnya di instagram dan itu belum ada peraturannya. Apalagi instagram kan kaya global, gamungkin kan mereka kaya mau sosialisasiin gitu. Kan masih kecil-kecilan boro boro miliar yah

Surveyor : dalam setahun atau sebulan, omsetnya dapat berapa?

Narasumber 4 : kalau jilbab sendiri sebulan 2 juta sedangkan kalau lebaran bisa sampai 6 juta.

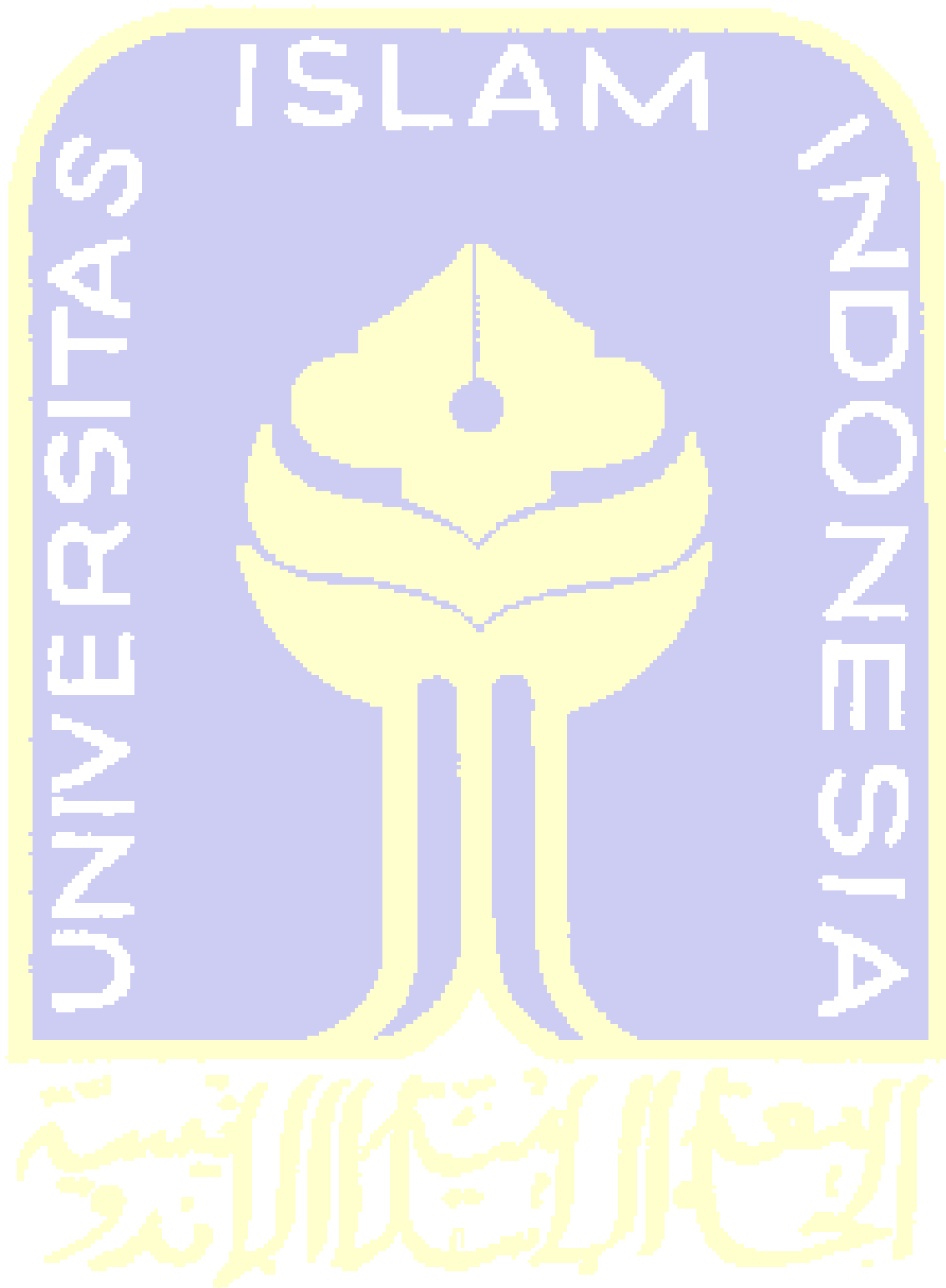
Surveyor : kalau menurut anda, dengan adanya pajak *e-commerce* itu gimana?

Narasumber 4 : kalo menurut aku kan banyak yang pro dan kontra, yaudah jalanin aja, kalo misalkan ingin diberlakukan ya udah, kalau tidak ya syukur jadi tidak mengeluarkan pajak.

Surveyor : saran untuk peraturan pajak *e-commerce* sendiri apa?

Narasumber 4 : harus disosialisasikan se-adil-adinya, apalagi yang masih kaya ak, sekala kecil, harus adil banget. Apalagi kalau *online* itukan sesukanya, mau aktif atau tidak. Itu juga yang harus dipikirkan, persyaratannya gimana. Apalagi kalau yang sudah punya toko konvensional juga, dijadikan satu saja

pajaknya. Kan konvensional pun pajaknya sudah berat, jadi pendataanya juga harus tepat.



IV. LAMPIRAN 4



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK  
DIREKTORAT PENYULUHAN, PELAYANAN, DAN HUBUNGAN MASYARAKAT

JALAN JENDERAL GATOT SUBROTO KAV. 40-42, JAKARTA 12190, KOTAK POS 124  
TELEPON (021) 5250208, 5251509; FAKSIMILE (021) 5736088; SITUS [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)  
LAYANAN INFORMASI DAN PENGADUAN KRING PAJAK (021) 1500200;  
EMAIL [pengaduan@pajak.go.id](mailto:pengaduan@pajak.go.id), [informasi@pajak.go.id](mailto:informasi@pajak.go.id)

Nomor : S-157 /PJ.091/2018  
Sifat : Biasa  
Hal : Pemberian Izin Riset

15 Februari 2018

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia  
Condong Catur, Depok, Sleman  
Yogyakarta, 55283

Menanggapi surat Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia nomor 049/DEK/10/Div.SDM/II/2018 tanggal 23 Januari 2018 hal Permohonan Ijin Penelitian atas:

Nama/NPM : Anggia Yustika Sari /14312309

dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melakukan penelitian (riset) pada **Direktorat Peraturan Perpajakan I**, sepanjang bahan-bahan keterangan/data yang didapat hanya digunakan untuk keperluan akademis dan tidak menyangkut rahasia jabatan/Negara sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 34 Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009.

Surat izin ini berlaku selama 6 (enam) bulan sejak tanggal diterbitkan dan dapat diperpanjang paling lama 3 (tiga) bulan dengan mengajukan perpanjangan secara tertulis yang disampaikan paling lambat 1 (satu) minggu sebelum berakhirnya masa berlaku surat ini.

Setelah selesai melaksanakan riset/penelitian, mahasiswa yang bersangkutan wajib menyerahkan salinan hasil penelitian (riset) tersebut dalam bentuk *hard-copy* ke Perpustakaan Kantor Pusat DJP dengan alamat Gedung Utama, Lantai 3 Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 40-42 Jakarta Selatan 12190 dan dalam bentuk *soft-copy* melalui email: [perpustakaan.pajak@gmail.com](mailto:perpustakaan.pajak@gmail.com) dan/atau [perpustakaan@pajak.go.id](mailto:perpustakaan@pajak.go.id).

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

a.n. Direktur  
Plh. Kasubdit Penyuluhan Perpajakan,

  
Robby Tampubolon  
NIP 19750912 199602 1 002

Tembusan:  
Direktur Penyuluhan Pelayanan dan Hubungan Masyarakat



V. LAMPIRAN 5

KUISIONER			
PEDOMAN WAWANCARA DENGAN NARASUMBER			
NO	PERTANYAAN	KETERANGAN	
		terjawab	tidak terjawab
<b>1</b>	<b>Informasi Latar Belakang Narasumber</b>		
	a. Jabatan	✓	
	b. karir	✓	
<b>2</b>	<b>Pengertian pajak e-commerce (Gambaran umum)</b>		
	a. Penjualan Online apa saja yang akan masuk dalam perhitungan Pajak E-Commerce?	✓	
	b. Berapa banyak e-commerce yang sudah terdaftar sebagai wajib pajak di Indonesia?	✓	
	c. Berapa banyak e-commerce yang sudah terdaftar sebagai wajib pajak di Jakarta Barat?		
	d. Bagaimana jika kasus pembelian online (game online, buku online, lagu online dsb) yang bentuknya tidak nyata dapat dikenakan pajak?	✓	
<b>3</b>	<b>Pemberlakuan pajak E-Commerce</b>		
	<b>a. Apakah pajak E-Commerce sudah berlaku di Indonesia?</b>		
	Jika sudah, sejak kapan E-Commerce berlaku di Indonesia?	✓	
	Jika belum, kapan rencana E-Commerce akan mulai diberlakukan di Indonesia?		
	<b>b. Apakah pajak E-Commerce sudah berlaku di Jakarta Barat?</b>		
	Jika sudah, sejak kapan E-Commerce berlaku di Jakarta Barat?	✓	
	Jika belum, kapan rencana E-Commerce akan mulai diberlakukan di Jakarta Barat?		
	c. Apakah perbedaan pemberlakuan Pajak E-Commerce dengan Pajak Konvensional?	✓	
	d. Bagaimana langkah yang akan di ambil untuk kedepannya?	✓	
<b>4</b>	<b>Sistem pelaksanaan Pajak E-Commerce</b>		
	a. Bagaimana sistem pelaksanaan Pajak E-Commerce?	✓	
<b>5</b>	<b>Sistem pemungutan Pajak E-Commerce</b>		
	a. Bagaimana sistem pemungutan dan perhitungan dari Pajak E-Commerce?	✓	
	b. Pajak apa saja yang menjadi acuan dalam pemberlakuan Pajak E-Commerce nantinya? Apakah ada pajak khusus atau pajak yang berkembang saat ini (PPH, PPn atau sejenisnya)	✓	
<b>6</b>	<b>Sistem Pengawasan Pajak E-Commerce</b>		
	a. Bagaimana cara mengawasi penerapan dari Pajak E-Commerce?	✓	
	b. Akankah ada online police untuk mengawasi sistem transaksi yang beredar di dunia maya?	✓	
<b>7</b>	<b>Faktor Pendukung penerapan Pajak E-Commerce</b>		

a.	Apa saja yang menjadi faktor pendukung terhadap keputusan pemerintah dalam penerapan Pajak E-Commerce?		
<b>8</b>	<b>Peranan Pajak E-Commerce dalam perekonomian Indonesia</b> (BPS → ngitung bIP banyak drngals e-commerce)		
a.	Bagaimana peranan Pajak E-Commerce terhadap perekonomian di Indonesia khususnya di Jakarta Barat?		
<b>9</b>	<b>Intensitas Pemanfaatan Pajak E-Commerce di Jakarta Barat</b>		
a.	Bagaimana intensitas dari pemanfaatan Pajak E-Commerce (Jika sudah diterapkan)?		
b.	Bagaimana perputaran pendapatan dari pajak e-commerce?		
<b>10</b>	<b>Permasalahan yang dihadapi dalam Penerapan Pajak E-Commerce</b>		
a.	Bagaimana kendala yang dihadapi dalam penerapan Pajak E-Commerce di Indonesia?	✓	
b.	Bagaimana tanggapan terhadap bolongnya beberapa peraturan perpajakan di Indonesia? Karena masih banyak wajib pajak yang justru tidak taat membayar pajak?	✓	
<b>11</b>	<b>Dampak perekonomian di daerah Jakarta Barat terhadap pemberlakuan Pajak E-Commerce</b>		
a.	Bagaimana dampak perekonomian di daerah Jakarta Barat terhadap pemberlakuan Pajak E-Commerce? → klo punya data		
<b>12</b>	<b>Adakah saran untuk perpajakan Indonesia terutama di bidang E-Commerce?</b>		

