

Implementasi Pengaturan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi E-Commerce

Rila Kusumaningsih*¹

¹Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

*e-mail: rilakusumaningsih26@gmail.com¹

(Naskah masuk : 19 November 2023, Revisi : 26 Maret 2024, Publikasi : 01 April 2024)

Abstrak

Salah satu potensi di bidang perpajakan adalah pajak atas transaksi E-Commerce. Transaksi E-Commerce merupakan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik sehingga transaksi antara pembeli dan pedagang dapat melakukan transaksi jual beli apapun, kapanpun, dan dimanapun. Pajak Pertambahan Nilai sama halnya pajak penghasilan. Berdasarkan itu permasalahannya adalah mengenai pengaturan pajak pertambahan nilai terhadap transaksi E-Commerce. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode yuridis sosiologis yang berarti memperoleh data dari data primer dan data sekunder. Data primer sebagai data empiris yang diperoleh langsung dari sumbernya melalui wawancara dan data sekunder diperoleh melalui bahan hukum yang mengikat dan bersumber dari perundang-undangan ataupun suatu perangkat hukum yang mengikat. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Pajak pertambahan nilai diatur dalam peraturan pemerintah Nomor 1 tahun 2012 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah. Faktor-faktor penghambat pemungutan adalah rendahnya kesadaran pelaku usaha online selaku wajib pajak, belum optimalnya database pelaku usaha online, lemahnya penegakan hukum terhadap wajib pajak serta pelaku usaha online yang belum memiliki NPWP. Salah satu cara untuk mewujudkannya adalah dengan melakukan sosialisasi mengenai perpajakan kepada para pelaku bisnis online.

Kata kunci: Pengaturan Pajak Pertambahan Nilai, PPn, Transaksi E-Commerce.

Abstract

One of the potentials in the field of taxation is tax on E-Commerce transactions. E-Commerce transactions are business transactions that are conducted electronically so that transactions between buyers and merchants can buy and sell anything, anytime, and anywhere. Value Added Tax is the same as income tax. Based on that, the problem is about the regulation of value-added tax on E-Commerce transactions. This research is conducted using sociological juridical method which means obtaining data from primary data and secondary data. Primary data as empirical data obtained directly from the source through interviews and secondary data obtained through binding legal materials and sourced from legislation or a binding legal device. The results of this study conclude that value added tax is regulated in government regulation No. 1 of 2012 concerning Value Added Tax on Goods and Services and Sales Tax on Luxury Goods. Factors inhibiting collection are the low awareness of online business actors as taxpayers, not optimizing the database of online business actors, weak law enforcement against taxpayers and online business actors who do not have NPWP. One way to make it happen is to conduct socialization about taxation to online business people.

Keywords: E-Commerce Transaction, Value Added Tax Regulation, VAT

1. PENDAHULUAN

Tujuan negara khususnya terkait memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa serta mewujudkan keadilan sosial. Sebagaimana tertuang dalam pasal 23A UUD 1945 bahwa pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan Negara diatur dengan Undang-Undang (Republik Indonesia, 1945).

Pajak merupakan pungutan berdasarkan undang-undang oleh pemerintah, yang sebagian dipakai untuk penyediaan barang dan jasa publik. Besar pajak dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Secara administratif pungutan pajak dapat dikelompokkan menjadi pajak langsung dan pajak tidak langsung. Pajak langsung dikenakan atas masuknya aliran sumber daya, yaitu penghasilan, sedangkan pajak tidak langsung

dikenakan terhadap keluarnya sumber daya seperti pengeluaran untuk konsumsi atas barang maupun jasa (Erly Suandy, 2016)

Pajak Langsung, yaitu pajak-pajak yang harus dipikul sendiri oleh Wajib Pajak yang bersangkutan dan tidak dapat dilimpahkan kepada orang lain serta dikenakan secara berulang-ulang pada Waktu-waktu tertentu (periodik) berdasarkan Surat Ketetapan Pajak Atau Kohir (tindakan Surat Ketetapan Pajak). Termasuk dalam Pajak langsung ini contohnya Pajak Penghasilan (PPH). Pajak Tidak Langsung, yaitu suatu pajak yang dipungut sekali Ketika apa yang dikendaki undang-undang dipenuhi (tidak Menggunakan kohir), contohnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Dan Bea Materai (Pranoto dkk, 2016).

Pajak dalam segi Ekonomi merupakan pemindahan sumber daya dari sektor privat (perusaha) ke sektor publik (Erly Suandy, 2016). Pajak memegang peranan yang sangat penting sebagai salah satu sumber pendapatan negara, dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengatur kegiatan ekonomi dan pajak berfungsi sebagai alat atau instrument yang digunakan untuk memasukan dana secara optimal ke dalam kas Negara. Fungsi pajak lebih diarahkan sebagai instrumen penarik dan dari masyarakat untuk dimasukan ke dalam kas negara. Dana yang berasal dari pajak dipergunakan bagi penyelenggaraan dan aktivitas pemerintahan (Ali Chidir, 2007).

Hukum pajak, yang juga disebut hukum *fiscal*, adalah keseluruhan dari peraturan-peraturan yang meliputi wewenang pemerintah untuk mengambil kekayaan seseorang dan menyerahkannya kembali kepada masyarakat dengan melalui kas Negara, sehingga merupakan bagian dari hukum publik, yang mengatur hubungan hukum antara Negara dan orang-orang atau badan-badan (hukum) yang berkewajiban membayar pajak (selanjutnya sering disebut wajib pajak) (Santoso Brotodihardjo, 2003)

Kewajiban perpajakan bermula dari implementasi undang-undang perpajakan, oleh karena itu, ketidakpatuhan terhadap undang-undang dapat dikenakan sanksi, baik sanksi administrasi maupun sanksi pidana (Santoso Brotodihardjo, 2003). Pungutan pajak melalui Direktorat Jenderal Pajak berdasarkan pada Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Undang-Undang Pajak Penghasilan (PPH) Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPNBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Bea Materai, dan Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan. Sebagai hukum positif semua undang-undang pajak tersebut diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Keuangan, dan Keputusan Direktorat Jenderal (Dirjen) Pajak (Erly Suandy, 2016).

Transaksi *E-Commerce* merupakan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik sehingga transaksi antara pembeli dan pedagang dapat melakukan transaksi jual beli apapun, kapanpun, dan dimanapun. Fleksibilitas seperti ini menjadikan perdagangan *E-Commerce* digemari oleh masyarakat modern penggunaan internet. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan transformasi model dan strategi bisnis yang perlu ditegaskan aspek perpajakannya. Prinsipnya, transaksi perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik, yang selanjutnya disebut *E-Commerce* sama dengan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya, tetapi berbeda dalam hal cara yang tidak tahu sama sekali atau buta tentang ilmu perpajakan. Bila kita telusuri lebih lanjut ternyata hal ini juga merugikan pendapatan negara yang bermuara dari sistem perpajakan di Indonesia yang belum dapat menjangkau potensi pajak yang ada khususnya jenis usaha online shop, karena begitu banyak karakter online shop terdapat pada beberapa akun sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Google*, *Kaskus*, dan *Blackberry Messenger*.

Peningkatan penggunaan internet dan pertumbuhan *e-commerce* yang pesat telah menjadi fenomena yang signifikan. Peningkatan ini telah menyebabkan peningkatan penjualan *e-commerce*, meskipun dampaknya terhadap perpajakan dapat menjadi negatif. Dengan ekspansi pasar *e-commerce* yang cepat, pemerintah Indonesia mulai menerapkan pajak *e-commerce* pada tahun 2019. Pemerintah melihat ini sebagai peluang untuk meningkatkan pendapatan negara secara signifikan. Oleh karena itu, pemerintah mengatur cara penilaian dan pemungutan pajak *e-commerce*.

Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia, makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan menggunakan media internet salah satunya di bidang perdagangan atau bisa disebut dengan *Electronic Commerce* (perniagaan elektronik). Sebagai bagian dari *Electronic Business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission) dapat di definisikan secara umum sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis dan mengingat bisnis online semakin berkembang pesat maka hal ini dimanfaatkan para pebisnis yang memanfaatkan teknologi sebagai pemilik *online shop*.

Berbeda dengan transaksi pada umumnya, yang memperdagangkan barang dagang mereka di suatu tempat yang biasa menjadi tempat terjadi transaksi pada umumnya, seperti pasar tradisional, pasar modern, pasar swalayan, dan toko-toko pada umumnya yang dapat dilihat dan tidak bersifat *untouchable*, *E-Commerce* diperdagangkan pada suatu *website* atau sebuah akun sosial yang sedang booming di kalangan masyarakat. Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai terhadap pebisnis *online* yakni pajak yang dibebankan kepada pemilik *online shop* belum efektif secara keseluruhan, bahkan pemilik *online shop* ada yang tidak membayar pajak mereka, salah satu jawaban yang logis dari permasalahan tersebut adalah karena banyak orang di negeri ini belum mengetahui ilmu tentang perpajakan, bahkan tidak sedikit yang tidak tahu sama sekali atau buta tentang ilmu perpajakan. Bila kita telusuri lebih lanjut ternyata hal ini juga merugikan pendapatan negara yang bermuara dari sistem perpajakan di Indonesia yang belum dapat menjaring potensi pajak yang ada khususnya jenis usaha *online shop*, karena begitu banyak karakter *online shop* terdapat pada beberapa akun sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Google, Kaskus, dan Blacberry Messenger. Pengaturan secara khusus mengenai perpajakan atas transaksi *E-Commerce* ini terdapat dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*, dalam aturan ini disebutkan ada empat model *E-Commerce* yang dikenakan pajak pertambahan nilai (PPn) 10%, yaitu *marketplace*, *classifiedads*, *daily deals*, dan *peritel online*.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan transformasi model dan strategi bisnis yang perlu ditegaskan aspek perpajakannya. Pada prinsipnya, transaksi perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistemelektronik samadengan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya, tetapi berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan. Perlakuan perpajakan tidak ada perbedaan antara transaksi *E-Commerce* dan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya. Adapun motivasi dikeluarkannya aturan tentang penegasan dalam Surat Edaran tersebut adalah 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.

Berdasarkan pemikiran tersebut, di rasa perlu untuk mengkaji lebih dalam mengenai "Implementasi Pengaturan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi *E-Commerce* Di Kota Serang Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 1 Tahun 2012 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah".

1. Bagaimana implementasi pengaturan pajak pertambahan nilai terhadap transaksi *E-Commerce* berdasarkan Peraturan Pemerintah No 1 Tahun 2012 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah?
2. Apakah faktor penghambat Pajak Pertambahan Nilai terhadap Transaksi *E-Commerce*?

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis sosiologis yang dengan menggunakan ilmu-ilmu sosial sebagai alat bantu (*interdisipliner*). Penelitian yuridis sosiologis memiliki karakter kajian yaitu pembahasan pelaksanaan hukum di masyarakat bukan hanya pada hukum yang tertulis dalam buku atau undang-undang dan penekanan datanya pada memahami atas makna dalam pikiran peneliti yang berkaitan dengan tindakan hukum oleh individu-individu manusia (Esmi, Sidharta, 2016)

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan sosiologis yaitu pendekatan yang digunakan untuk melihat aspek-aspek hukum dalam interaksi sosial dalam masyarakat dan berfungsi sebagai penunjang untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi temuan bahan non hukum bagi keperluan penelitian atau penulisan hukum serta menekankan penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan hukum secara empiris dengan jalan terjun langsung ke objeknya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Tinjauan Umum Pajak Pertambahan Nilai

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak pengganti yang berasal dari Pajak Penjualan. Hal ini timbul karena Pajak Penjualan dirasa telah tidak lagi memadai guna menampung aktivitas rakyat serta belum mencapai sasaran kebutuhan pembangunan, diantaranya untuk menaikkan pendapatan negara, mendorong ekspor, dan pemerataan pembebanan pajak.

Menurut Waluyo (2017:3), Pajak Pertambahan Nilai ialah pajak yang dikenakan secara memaksa akibat dari mengkonsumsi barang dan jasa yang berada di dalam negeri atau wilayah pabean.

Menurut Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Pajak Pertambahan Nilai atau PPN adalah bentuk pungutan yang dibebankan pada transaksi jual-beli barang dan jasa kepada wajib pajak pribadi atau wajib pajak badan yang telah menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan suatu bentuk pungutan pajak yang dipungut atas barang atau jasa dengan dikenakan pajak sesuai dengan perhitungan yang sudah ditentukan oleh peraturan Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

3.2. Tinjauan Umum E-Commerce

Secara definisi, perdagangan pada umumnya adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi (Republik Indonesia, 2014)

Perdagangan elektronik yang disebut *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis yang mana pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser web untuk membeli atau menjual produk (Ridho Muhammad Najib, 2021).

Perkembangan yang sangat pesat dalam transaksi elektronik menciptakan kebijakan perpajakan untuk E-Commerce semakin rumit karena ada banyak jenis usaha baru dari bisnis yang dilakukan melalui internet. Peraturan perpajakan di era internet tidak mungkin sama dengan dekade yang lalu. Meningkatnya perkembangan teknologi, otoritas pajak dapat menggunakan sebagai alat untuk meningkatkan layanan untuk para pembayar pajak. Hukum pajak perlu direvisi dengan maksud memberi ruang untuk layanan elektronik untuk wajib pajak. Untuk kepentingan nasional, diperlukan kebijakan publik untuk *E-Commerce* secara nasional untuk memberikan keuntungan bagi pertumbuhan *E-Commerce* itu sendiri. Kebijakan publik yang komprehensif juga akan memfasilitasi otoritas pajak untuk merancang kebijakan pajak yang selaras dengan kebijakan nasional, yang paling penting tidak ada kebijakan yang tumpang tindih antar instansi pemerintah dan lembaga.

Negara yang didalamnya terdapat pemerintahan yang memiliki kewenangan harus terlibat dalam membuat kebijakan yang dapat memberikan manfaat untuk *E-Commerce*, sebagaimana tujuan hukum diciptakan adalah untuk kemanfaatan. Sehingga *E-Commerce* dapat berkembang dan dapat berkontribusi bagi Negara atas siapa saja yang melaksanakan kegiatan *E-Commerce* melalui pembayaran pajaknya. Masyarakat bisnis *E-Commerce* juga harus sadar akan hal ini dengan maksud agar penerimaan pajak digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memfasilitasi *E-Commerce* untuk tumbuh dan berkembang di era reformasi ini.

Peraturan perpajakan *E-Commerce* telah dilakukan sejak tahun 2017, saat pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017. Hingga akhirnya kepastian hukum di bidang perdagangan digital dikuatkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Salah satu sorotan omnibus law ini adalah pemajakan transaksi elektronik. Pemerintah menata regulasi penunjukkan perusahaan pemilik program *e-commerce* sebagai pemungut PPN dari kliennya. Selain itu, perusahaan pemilik program *e-commerce* mengenakan pajak atas penghasilan subjek pajak luar negeri (SPLN) terkait transaksi elektronik di Indonesia dengan perluasan kriteria Bentuk Usaha Tetap (BUT) (Sukarno, Muhammad Harun, Lucky Nugroho, 2022).

Oleh karenanya, perusahaan yang berkedudukan di luar negeri tetap diwajibkan membayar pajak penghasilan meski tak memiliki kantor fisik di Indonesia. Hal tersebut, dikarenakan penghasilan mereka berasal dari konsumen di Indonesia. Lebih lanjut, pajak bisnis maupun transaksi elektronik berupa barang maupun jasa kena pajak menggunakan aplikasi harus memungut, menyetorkan dan melaporkan pajak *E-Commerce* yang mencakup:

- Pajak pertambahan nilai atau PPN *E-Commerce* dengan tarif 11%
- Pajak Pertambahan Nilai barang mewah yang tarifnya mengikuti peraturan perundang-undangan yang telah ditentukan.

3.3. Implementasi Pengaturan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi *E-Commerce* Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 1 Tahun 2012 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah

Dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang perubahan ketiga atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Penjualan Atas Barang Mewah terdapat perubahan materi sehingga perlu dilakukan penyesuaian terhadap ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 143 Tahun 2000 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000 sebagaimana telah diubah dengan peraturan pemerintah nomor 24 tahun 2002 tentang perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 142 Tahun 2000 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000 (Indonesia, 2012)

Pajak Pertambahan Nilai, sesuai dengan Pasal 12 Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, dikenakan kepada Pengusaha Kena Pajak di tempat tempat tinggal, tempat kedudukan, tempat kegiatan usaha dilakukan, atau tempat lain yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Direktorat Jenderal Pajak dapat menetapkan satu atau lebih tempat sebagai tempat pajak terutang setelah menerima pemberitahuan tertulis dari Pengusaha Kena Pajak. Dalam hal impor, pajak terutang dikenakan pada tempat di mana Barang Kena Pajak dimasukkan.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dapat dikenakan pada penyerahan atau impor barang kena pajak atau jasa kena pajak yang dilakukan oleh pengusaha kena pajak. PPN dapat dikenakan berulang kali setiap kali terjadi transaksi PPN dan dapat dikreditkan.

Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai, Peraturan Pemerintah ini disusun untuk memberikan penegasan dan penjelasan lebih lanjut serta untuk mengatur hal-hal yang belum cukup diatur dalam Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai, antara lain mengenai tanggung jawab renteng pembayaran pajak pertambahan nilai, pemakaian sendiri, saat penerbitan faktur pajak, rincian barang dan jasa yang tidak dikenai pajak pertambahan nilai, pengertian barang modal yang terkait dengan pengkreditan pajak masukan bagi pengusaha kena pajak yang belum memproduksi, dan pengertian pengusaha kena pajak pedagang eceran.

Sesuai dengan ketentuan Pasal 16F Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai, pembeli barang kena pajak atau penerima jasa kena pajak bertanggung jawab secara renteng terhadap pembayaran pajak pertambahan nilai. Namun demikian, pengaturan tanggung jawab secara

renteng belum diatur secara jelas sehingga perlu diatur norma-norma umum dan persyaratan mengenai tanggung jawab renteng dalam peraturan pemerintah ini. Dalam rangka memberikan kemudahan administrasi bagi pengusaha kena pajak, Peraturan Pemerintah ini mengatur bahwa atas pemakaian sendiri Barang Kena Pajak dan/atau Jasa Kena Pajak untuk tujuan produktif yang terutang pajak pertambahan nilai tidak perlu dilakukan pemungutan pajak pertambahan nilai dan penerbitan faktur pajak. Sebaliknya untuk pemakaian sendiri barang kena pajak dan/atau jasa kena pajak untuk tujuan konsumtif, pengusaha kena pajak wajib menerbitkan faktur pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan.

Pasal 23A undang-undang dasar 1945 menyatakan bahwa "pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan Negara diatur dengan undang-undang". Dalam pemungutan pajak Indonesia memberikan kewenangan kepada pejabat negara selaku pelaksanaan tugas yang dijalankan melalui kewenangan yang dimiliki. Jabatan dan pejabat diatur dan tunduk pada hukum yang ada. Jabatan diatur oleh Hukum Tata Negara dan hukum Administrasi Negara, sedangkan pejabat diatur dan tunduk pada hukum kepegawaian. Dalam hukum Administrasi Negara, tindakan hukum jabatan pemerintahan dijalankan oleh pejabat pemerintah. Dengan demikian kedudukan hukum pemerintah berdasarkan hukum publik adalah sebagai wakil (*vertegenwoordiger*) dari jabatan pemerintah (Ridwan HR, 2014). Sesuai dengan keberadaan negara yang menganut konsep *welfare state*, ruang lingkup kegiatan administrasi negara atau pemerintahan sangat luas dan beragam. Keluasan dan keragaman kegiatan administrasi negara ini sering sejalan dengan dinamika perkembangan masyarakat yang menuntut pengaturan dan keterlibatan administrasi Negara. Jabatan pemerintah dan pejabat mendapat tugas dan wewenang berdasarkan hukum publik, sehingga dalam menjalankan aktifitasnya tunduk pada ketentuan hukum publik, khususnya hukum administrasi negara (Ridwan HR, 2014).

Pajak atas transaksi E-Commerce dikenakan sesuai dengan prinsip akrual, yang berarti pajak terutang pada saat penyerahan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak, atau saat impor Barang Kena Pajak, meskipun pembayaran belum diterima sepenuhnya. Ini sesuai dengan Pasal 11 ayat (1) Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai. Transaksi yang dilakukan melalui E-Commerce tunduk pada prinsip ini, seperti yang dijelaskan dalam penegasan peraturan perpajakan SE-62/PJ/2013. Meskipun cara atau alat yang digunakan berbeda, tidak ada perbedaan dalam perlakuan perpajakan antara transaksi E-Commerce dan transaksi lainnya.

Jenis barang dan jasa yang tidak dikenakan pajak pertambahan nilai sebagaimana diatur dalam pasal 4A Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai masih bersifat umum, sehingga perlu diatur lebih lanjut mengenai kriteria dan/atau rincian jenis barang dan jasa yang tidak dikenai pajak pertambahan nilai. Hal ini sangat penting untuk memberikan kepastian hukum dalam menentukan jenis barang dan jasa yang bukan merupakan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak.

Substansi pengaturan atas pemberian fasilitas Pajak Pertambahan Nilai tidak dipungut untuk impor Barang Kena Pajak tertentu yang dibebaskan dari bea masuk sudah tidak diatur lagi dalam Peraturan Pemerintah ini. Selanjutnya fasilitas tersebut akan diatur dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur khusus tentang fasilitas Pajak Pertambahan Nilai sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 16B Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai. Namun demikian, dalam rangka memberikan kepastian hukum, pemberian fasilitas tersebut yang selama ini diatur dalam peraturan pelaksanaan dari Peraturan Pemerintah Nomor 143 Tahun 2000 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000 masih tetap berlaku sampai dengan Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang pemberian fasilitas dimaksud diterbitkan.

Untuk memberikan kemudahan bagi Pengusaha Kena Pajak dalam menerbitkan Faktur Pajak sesuai dengan Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai maka ketentuan penerbitan Faktur Pajak sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1) dan Pasal 20 Peraturan Pemerintah ini berlaku sejak tanggal 1 April 2010, yaitu sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.

Pajak pertambahan nilai diatur dalam peraturan pemerintah Nomor 1 tahun 2012 tentang pelaksanaan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah Sebagaimana Telah Beberapa Kali Diubah Terakhir Dengan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (Nopri Irawan, 2018)

Perbuatan pemerintah harus bertumpu pada suatu kewenangan yang sah. Tanpa disertai kewenangan yang sah, seseorang pejabat ataupun lembaga tidak dapat melaksanakan suatu perbuatan pemerintah. Oleh karena itu, kewenangan yang sah merupakan atribut bagi setiap pejabat ataupun lembaga. Seiring dengan pilar utama negara hukum, yaitu asas legalitas dan berdasarkan prinsip ini tersirat bahwa wewenang pemerintah berasal dari peraturan perundang-undangan.

Secara umum pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang, sehingga dapat dipaksakan dengan tiada mendapat balasan jasa secara langsung. Pajak dipungut penguasa berdasarkan norma-norma hukum untuk menutup biaya produksi barang-barang dan jasa kolektif untuk mencapai kesejahteraan umum.

Hukum pajak yang disebut hukum fiskal, adalah keseluruhan dari peraturan-peraturan yang meliputi wewenang pemerintah untuk mengambil kekayaan seseorang dan menyerahkan kembali kepada masyarakat dengan melalui kas negara, sehingga pajak merupakan bagian dari hukum publik, yang mengatur hubungan-hubungan hukum antara negara dengan orang-orang atau badan-badan hukum yang berkewajiban membayar pajak (selanjutnya sering disebut wajib pajak). Hukum pajak bertugas untuk menelaah keadaan yang ada di dalam masyarakat yang berkaitan dengan pajak, melalui Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku atas kewenangan pemerintah yang berkuasa dengan dasar kepentingan negara.

Pajak transaksi *E-Commerce* termasuk pajak pemerintah pusat. Kementerian Keuangan Republik Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2015 tentang Kementerian Keuangan, melimpahkan kewenangannya kepada Direktorat Jenderal Pajak atas pemungutan pajak bagi warga negara Indonesia kepada Negara Indonesia. DJP memiliki tugas dan fungsi dalam menjalankan perannya, terdapat dalam Pasal 16 dan 17 Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2015 tentang Kementerian Keuangan, bahwa DJP memiliki tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan dibidang pajak sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan.

Berdasarkan tugas dan fungsi Direktorat Jenderal Pajak yang berada dibawah tanggung jawab Kementerian Keuangan, maka DJP memiliki kewenangan dalam pemungutan pajak di Indonesia melalui Peraturan Perundang-Undangan yang secara formal. Mengenai kewenangan jadi pajak pertambahan nilai melaui transaksi *E-Commerce* termasuk pelimpahan wewenang pemerintah dari satu organ pemerintah kepada pemerintahan lainnya yang disebut delegasi.

Pertumbuhan perdagangan online di Indonesia memberikan tantangan baru terutama pada sektor pajak khususnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Transaksi secara online berpengaruh kepada pengakuan saat dan tempat terutang PPN karena transaksi yang dilakukan penjual dan pembeli tidak dapat bertemu secara langsung. Pengenaan PPN ditujukan bagi orang pribadi maupun badan usaha yang menghasilkan atau memproduksi Barang Kena Pajak (BKP), mengimpor, memperdagangkan BKP dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) yang dilakukan dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaannya.

Dengan berkembangnya transaksi *E-Commerce* yang semakin pesat memberikan dampak positif bagi pelaku usaha atau konsumen dapat menikmati pasar secara global tanpa perlunya kehadiran fisik, namun pada sisi lainnya dapat mengakibatkan dampak negatif khususnya bagi negara-negara berkembang berupa hilangnya potensi penerimaan pajak. Keuntungan atau pendapatan yang diperoleh dalam transaksi online biasanya langsung masuk ke dalam rekening penjual dan tidak dilaporkan sebagai penghasilan. Padahal jika terjadi penyerahan BKP maupun JKP harus memperhitungkan PPN dalam transaksi tersebut. Hal ini berdampak tidak adanya beban untuk menghitung dan menyeter PPN.

Perbedaan transaksi melalui *E-Commerce* dengan pajak yang lainnya sejauh ini masih sama dengan transaksi jual beli biasa, yang dibedakan hanya medianya, jika transaksi *E-Commerce* melalui media online sedangkan transaksi jual beli biasa melalui transaksi secara langsung atau dipertemukan satu sama lain antara penjual dan pembeli (Nopri Irawan, 2018).

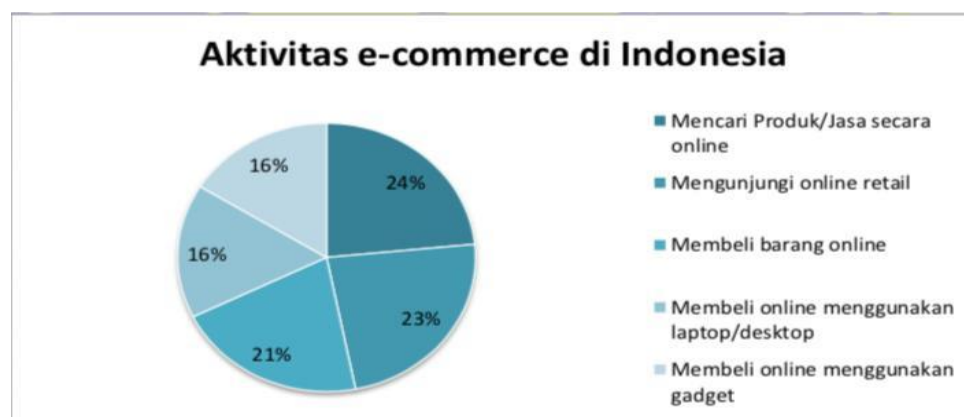
Pelaku transaksi *E-Commerce* memiliki tanggung jawab sebagai subjek pajak untuk membayar pajak kepada negara. Pajak akan dikenakan pada subjek pajak ketika mereka menerima atau memperoleh penghasilan. Dasar hukum untuk Pajak Penghasilan dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008. Undang-undang ini mengatur bagaimana pajak dikenakan pada subjek pajak berdasarkan penghasilan yang diperoleh dalam satu tahun pajak.

Pajak yang berlaku untuk transaksi *E-Commerce* meliputi Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Karena belum ada regulasi khusus mengenai PPH untuk Pengusaha *E-Commerce*, mereka diperlakukan serupa dengan toko konvensional. Berdasarkan PP Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu, yang direvisi menjadi PP Nomor 23 Tahun 2018, pengusaha *E-Commerce* dengan omset bruto di bawah 4,8 Miliar Rupiah dikenakan pajak sebesar 0,5% dari omset, serupa dengan UMKM. Sedangkan untuk pelaku usaha *E-Commerce* yang omsetnya mencapai atau melebihi 4,8 Miliar Rupiah per tahun, mereka dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (Indriyani dkk, 2021).

Prinsip-prinsip perpajakan ini menegaskan bahwa aturan-aturan hukum tersebut bersumber dari hukum yang ditetapkan oleh penguasa negara dan hukum yang bersifat tidak bergantung pada pandangan subjektif manusia tentang moralitas. Hukum tersebut merupakan hukum yang inheren, yang menjadi dasar kekuasaan untuk semua peraturan lainnya, mengikuti suatu undang-undang abadi yang mengatur dan mengarahkan segala kejadian di alam ini.

3.4. 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 4.1 aktivitas *E-Commerce* di Indonesia

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.

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, 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 didukung dengan keluarnya Surat Edaran No. 63 Tahun 2013 yang berisi tentang penegasan perpajakan atas transaksi *E-Commerce*.

3.5. Faktor Pendukung Penerapan Pajak atas Transaksi *E-Commerce*

3.5.1. 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.

Berkembangnya zaman menyebabkan persaingan antar pelaku *E-Commerce* semakin intens. Mengikuti perkembangan dan tren zaman penting agar tidak ketinggalan oleh pesaing. Oleh karena itu, perlu untuk memperluas bisnis dari model konvensional ke *E-Commerce* yang lebih *modern*.

Tidak bisa disangkal bahwa pandemi telah mendorong banyak orang untuk beralih dari aktivitas konvensional ke digital. Hal ini juga berdampak pada para pelaku usaha, termasuk bisnis pakaian dan makanan minuman. Banyak orang yang lebih memilih untuk tetap di rumah dan melakukan segala sesuatu secara digital. Situasi ini membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk menargetkan pasar baru melalui penjualan online. Dengan penjualan online, pelanggan dapat melakukan transaksi dengan mudah tanpa harus meninggalkan rumah.

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. 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.

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*.

3.5.2. 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).

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, terhitung 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.

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.

3.5.3. Faktor Penghambat Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi *E-Commerce*

Perpajakan di Indonesia menganut sistem *Self Assessment* dimana seluruh kewajiban yang dibebankan oleh pemerintah kepada setiap Wajib Pajak harus dilakukan sendiri dengan penuh kesadaran. Kewajiban sebagaimana dimaksud undang-undang adalah kewajiban Wajib Pajak untuk mendaftarkan dirinya untuk memperoleh NPWP, mengambil sendiri formulir SPT, mengisi dengan lengkap jelas dan benar Kepatuhan Wajib Pajak (Diamastuti, 2018).

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.

Kesadaran dan Pemahaman dari para Wajib Pajak berbanding lurus dengan sosialisasi yang belum dilakukan secara menyeluruh oleh Fiskus. 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*.

Faktor Penghambat lainnya karena masih banyak nya para pelaku *e-commerce* yang masih belum memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) oleh karena itu DJP tidak bisa menagih kepada para pelaku *e-commerce* yang tidak memiliki NPWP. NPWP itu sendiri tentunya sangat penting agar bisa terdata oleh DJP, tanya adanya NPWP DJP tidak akan bisa memperoleh data para pelaku *e-commerce*. Apalagi untuk pendaftaran penjual pada beberapa *online merchant* saat ini tidak mewajibkan untuk mencantumkan NPWP hanya memerlukan NIK (Nomor Induk Kependudukan).

Berdasarkan penelitian, banyak dari mereka yang memiliki pengetahuan terbatas tentang pajak e-commerce. Kesadaran dan pemahaman Wajib Pajak berkaitan langsung dengan kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh fiskus. Dengan pertumbuhan bisnis yang semakin pesat, perlu dilakukan sosialisasi ulang oleh fiskus. Hal ini penting karena banyak pelaku usaha e-commerce yang tidak pernah menerima sosialisasi, terutama mereka yang tidak memiliki pendidikan terkait pajak. Menurut pandangan penulis, pentingnya sosialisasi kembali diperlukan mengingat luasnya penetrasi bisnis e-commerce dan minat yang tinggi terhadapnya. Selain itu, pengetahuan tentang pajak sendiri jarang diajarkan di sekolah, terutama di tingkat SMA, di mana banyak lulusannya lebih memilih langsung masuk ke dunia kerja daripada melanjutkan pendidikan.

Perpajakan di Indonesia mengadopsi sistem self assessment, yang memberikan tanggung jawab penuh kepada wajib pajak mulai dari pelaporan hingga pembayaran. Meskipun setiap warga negara memiliki hak yang sama atas pelayanan publik, mereka juga memiliki kewajiban yang sama untuk berkontribusi dalam pembangunan negara melalui pajak. Namun, sistem self assessment ini telah membuat beberapa orang enggan menyadari pentingnya pajak. Sosialisasi yang teratur dan menyeluruh dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kewajiban membayar pajak di masa mendatang. Terutama untuk bisnis e-commerce, kesadaran membayar pajak sangat penting karena sulitnya mendeteksi bisnis tersebut, terutama yang beroperasi melalui media sosial.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa, 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.

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 116 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 transaksi ECommerce 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-Commerce. Kendala terakhir adalah Transaksi ECommerce 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Chidir. (2007). *Hukum Pajak Elementer*. PT Eresco.
- Diamastuti, E. (2018). Ke (Tidak) Patuhan Wajib Pajak: Potret Self Assessment System. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 20(3), 280–304. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2016.v20.i3.52>
- Erly Suandy. (2016). *Perencanaan Pajak*. Salemba Empat.
- Esmi, Sidharta. (2016). *Penelitian Hukum Interdisipliner: Sebuah Pengantar Menuju Sosio-Legal*. Penerbit Thafa Media.
- Indonesia, P. (2012). *Peraturan Pemerintah No 1 Tahun 2012 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah*.
- Nopri Irawan. (2018). *Hasil wawancara dengan Nopri Irawan selaku Account Representative Kantor Pelayanan Pajak Pratama Serang*.
- Republik Indonesia. (1945). *Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*.
- Republik Indonesia. (2014). *Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan*.
- Ridho Muhammad Najib. (2021). Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Pada Transaksi E-Commerce. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.58258/jisip.v5i1.1765>
- Ridwan HR. (2014). *Hukum Administrasi Negara*. Raja Grafindo Persada.
- Santoso Brotodihardjo. (2003). *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*. PT Rafika Aditama.
- Sukarno, Muhammad Harun, Lucky Nugroho, D. I. (2022). *Kajian Optimalisasi Penerimaan Pajak*

Terhadap Perkembangan Transaksi E-Commerce Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Economina*, 1(4), 945. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.208>

Pranoto. Kusumo, A. (2016). Reformasi Birokrasi Perpajakan Sebagai Usaha Peningkatan Pendapatan Negara dari Sektor Pajak. *Jurnal Yustisia*. 5(2).

Indriyani, E. Furqon, I. (2021). Analisis Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Atas Transaksi E-Commerce Pada Platform Marketplace PT. Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*. 4(1).