

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin maju. Peningkatan ini ditandai dengan hadirnya internet. Menurut *Wearesocial Hootsuite*, sebagian besar pengguna internet menghabiskan rata-rata delapan jam di internet setiap hari. Menurut survei *Wearesocial Hootsuite* yang diterbitkan pada Februari 2022, pengguna media sosial Indonesia mencapai 191 juta. Jumlah ini naik dari 170 juta penggunanya di tahun 2021. Teknologi telah membuat segalanya dapat diakses melalui internet. Dengan berkembangnya teknologi informasi, mulai dari belanja *online* hingga pemesanan bahan makanan secara *online* hingga transportasi berbasis *online* menjadi semakin mudah bagi semua orang.

Fenomena ini tentunya menjadi peluang bisnis bagi banyak pihak untuk memanfaatkan peluang tersebut dengan menawarkan sistem perdagangan virtual yang dikenal dengan *electronic commerce (e-commerce)*. *Electronic commerce* atau perdagangan elektronik adalah segala bentuk perdagangan barang atau jasa dengan menggunakan media perantara internet (Kominfo.go.id). Menurut *Asosiasi E-Commerce Indonesia (2016)*, maraknya *e-commerce* berdampak langsung pada perilaku belanja di mal dan tempat belanja tradisional lainnya, yang menyebabkan perubahan tren pembelian. Hal ini sangat terekspresikan dalam kegiatan perdagangan atau jual beli. Kecenderungan penggunaan internet dalam bisnis atau proses bisnis terutama dilakukan untuk mendapatkan beberapa keuntungan, salah

satunya adalah memperluas pasar karena jika menggunakan internet maka semua target pasar mudah diakses karena aksesibilitas sangat luas sehingga pangsa pasar di transaksi dapat meningkat dan menghasilkan keuntungan yang semakin banyak.

Bisnis yang menghasilkan keuntungan seperti transaksi *e-commerce* tidak lepas dari pengenaan pajak, sehingga transaksi *e-commerce* menjadi bagian yang efektif dan penting dalam pendapatan/penerimaan pajak untuk pembangunan negara. Selano (2020) mengatakan bahwa pemerintah harus bersikukuh agar semua pelaku *e-commerce* baik besar maupun kecil dapat memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak, bahwa upaya pemerintah Indonesia dalam menerapkan pajak atas *e-commerce* sangat berarti karena potensi pemungutan pajak sangat besar.

Potensi pajak digital ini juga dapat membantu pemerintah mencapai tujuan penerimaan pajaknya. Pemerintah tentunya membutuhkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan pemungutan pajaknya. Upaya optimalisasi penerimaan perpajakan dengan menerapkan perpajakan *e-commerce* untuk pertumbuhan nasional, atau *retargeting* singkatnya (*reoptimizing tax revenue with goal-oriented e-commerce taxation implementation for national growth*).

Selano *Retargeting* (2020) adalah kerangka kerja untuk mengatasi berbagai tantangan agar pemungutan pajak dari bisnis *e-commerce* menjadi lebih efisien dan efektif. Komponen penargetan ulang mencakup kebijakan regulasi, infrastruktur digital, dan sumber daya manusia. Ketiga komponen tersebut merupakan kriteria yang harus dipenuhi untuk mengetahui penerimaan pajak *e-commerce*. Istilah *retargeting* bertujuan untuk mencapai tujuan peningkatan

realisasi penerimaan pajak dengan mempertimbangkan beberapa aspek penerapan kebijakan perpajakan *e-commerce*.

Kebijakan terkait pemungutan pajak atas *e-commerce* sebenarnya telah diterbitkan pada 31 Desember 2018 dirangkum dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210 Tahun 2018 tentang Perlakuan Pajak atas Transaksi Bisnis Melalui Sistem Elektronik (*E-commerce*). Peraturan ini akan mulai berlaku pada 1 April 2019. Peraturan perpajakan tentang perlakuan pajak perdagangan melalui sistem elektronik "*e-commerce*" mewajibkan penyedia *platform marketplace* untuk mendapatkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Diverifikasi sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP) memenuhi kriteria bagi pengusaha kecil, namun juga berlaku bagi penyedia *platform marketplace*.

Selain itu, pedagang dengan omset tahunan kurang dari Rp 4,8 miliar dikenakan pajak sebesar 0,5% dari omset bulanan mereka berdasarkan Keputusan No. 23 Tahun 2018. Sebaliknya, pedagang dengan omset tahunan lebih dari Rp 4,8 miliar harus bersertifikat sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan memiliki kewajiban Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berdasarkan Undang-Undang No. 42 Tahun 2009. Kemudian, *marketplace* berkewajiban untuk memungut, menyetor dan melaporkan PPN dan juga PPh terkait penyediaan *platform* kepada pedagang dan penjualan barang dagangan.

Sejauh ini berkembang kegiatan usaha *e-commerce* ternyata berhasil menggerakkan roda perekonomian sebuah negara. Pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia akan menyebabkan peningkatan pendapatan bagi

Indonesia. Namun, hal tersebut tidak sepenuhnya sebanding dengan penerimaan pajak Indonesia, namun pemerintah telah mengeluarkan beberapa regulasi terkait transaksi digital ini. Hal ini disebabkan kurangnya kesadaran dan sulitnya pemerintah menemukan pedagang atau penyedia jasa tersebut karena tidak memiliki toko fisik.

Menurut Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian Keuangan menyampaikan baru segelintir pelaku *e-commerce* yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dari yang sudah memiliki NPWP itu sebagian besar sudah melapor tetapi tidak diketahui apakah laporannya sudah sesuai fakta yang terjadi saat bertransaksi atau tidak. Menurut DJP, jumlah pelaku *e-commerce* sekitar 1.600 pedagang *e-commerce*, di mana hanya 1.000 yang teridentifikasi dan 600 belum teridentifikasi. Dari 1.000 pelaku *e-commerce*, hanya 620 yang memiliki NPWP.

Berdasarkan Keputusan Presiden (Perpres) nomor: 74 Tahun 2017 dalam Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) Tahun 2017-2019. Dalam *roadmap* tersebut, ada delapan sektor yang diprioritaskan untuk dikembangkan dalam pajak online ini: *e-commerce*, transportasi, kesehatan, pendidikan, pariwisata, industri kreatif, *financial technology* atau *fintech*. Pajak yang timbul dari transaksi *online* timbul dari dua jenis pajak yaitu: pajak pertambahan nilai (PPN) dan pajak penghasilan (PPh). Pajak *e-commerce* bertujuan untuk memberikan keadilan bagi semua pembayar pajak tradisional dan *e-commerce*. Hal ini didasarkan pada pengakuan bahwa *e-commerce* biasanya dikenai pajak dengan cara yang sama seperti transaksi

tradisional, karena *e-commerce* berfokus pada cara transaksi dilakukan secara elektronik.) dan undang-undang pajak konsumsi berlaku. Pajak penjualan (undang-undang PPN) atas barang dan jasa dan barang mewah.

Jika seseorang memenuhi persyaratan untuk menjadi WP dan memperoleh penghasilan dari bisnis yang dilakukan melalui *e-commerce*, ia harus mendaftarkan sebagai WP dan membayar pajak penghasilan sesuai tarif yang ditentukan. Dalam beberapa hal, barang yang dijual melalui media elektronik merupakan barang kena pajak yang dikenakan PPN. Di sisi lain, penghasilan pelaku *e-commerce* dikenakan PPh karena berdasarkan Pasal 4 UU PPh, PPh dikenakan PPh atas segala jenis penghasilan tanpa memandang nama dan bentuknya.

Demikian pula, PPh yang dikenai pemotongan/pemungutan PPh akan dipotong/dipungut oleh pemberi penghasilan apabila pemberi penghasilan adalah Wajib Pajak badan atau Wajib Pajak orang pribadi yang ditunjuk untuk memotong/memungut PPh. Di sisi lain, untuk keperluan PPN, semua perusahaan *e-commerce* yang menjual/menyediakan Barang/Jasa Kena Pajak (BKP/JKP) melebihi Rp 4,8 miliar per tahun wajib mendaftarkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) termasuk pengusaha yang bergerak di bidang *e-commerce*, pada saat penjual atau pengusaha menunjukkan BKP/JKP-nya dalam *e-commerce* (barang yang dijual oleh penjual atau jasa toko *online* yang disediakan oleh penyedia jasa).

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa di dalam daerah pabean, yang dipungut secara bertahap

pada setiap jalur produksi dan distribusi (Resmi, 2016). PPN atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP) dipungut oleh Kontraktor Kena Pajak (PKP) yang bertindak sebagai penjual. Tarif PPN yang berlaku umum adalah 10% (sepuluh persen) dari nilai transaksi, dalam rangka perubahan undang-undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan (HPP) untuk menaikkan PPN sebesar 11% (sebelas persen) akan mulai berlaku pada tanggal 1 April 2022.

Pemerintah hanya perlu memastikan pajak yang terutang melalui transaksi reguler dan pajak yang terutang melalui transaksi *e-commerce* dipungut sesuai dengan regulasi yang berlaku. Penjual biasa atau melalui *e-commerce* sama-sama telah memenuhi kewajiban pajaknya, dan konsumen yang membeli melalui pedagang biasa atau *e-commerce* sama-sama terbebani. Diharapkan para peserta *e-commerce* mengetahui dan memahami peraturan yang berlaku serta dapat meningkatkan kesadaran mereka tentang kepatuhan terhadap persyaratan administrasi dan kewajiban perpajakan.

Kantor Pelayanan Pajak (KPP) didirikan di seluruh Indonesia. Pada awalnya, Kantor Inspeksi Pajak yang bertugas memungut pajak di setiap provinsi di Indonesia pada tahun 1925, adalah nama yang diberikan kepada KPP. Untuk menampung penerimaan negara di bidang perpajakan, pemerintah mendirikan kantor Inspektur Van Financjeln pada tahun 1953. Kantor ini bertugas mengatur kekayaan negara di bidang perpajakan. Pada tahun 1959, namanya diubah menjadi Kantor Pajak. Seiring waktu, tugas yang sudah ada menjadi semakin sulit, dan itu tidak cukup untuk hanya memperbaiki satu masalah.

Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 9, Kantor Pemeriksaan Pajak diubah namanya menjadi Kantor Pelayanan Pajak pada tahun 1989. Tanggal 25 Maret 1989, dokumen KEIP/276/KMK.01/1989. Kantor didirikan di Daerah Tingkat 1 dan Daerah Tingkat II dalam rangka mengawasi wajib pajak yang terdaftar di kota-kota seperti Sumatera Selatan. Kantor tersebut berada di Gedung Keuangan Negara Palembang. Gedung Keuangan Negara Palembang dibangun oleh Kapten A. Rifai Palembang.

Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 132/PMK.01/2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja Jabatan Vertikal Direktur Jenderal Pajak, terakhir diubah dengan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 67/PMK .01/ 2008 , Pelayanan Pajak Palembang Seberang Ulu Pratama didirikan. Pengenalan sistem administrasi perpajakan modern menyebabkan pembentukan layanan pajak utama di Palembang Seberang Ulu sebagai bagian dari reformasi Direktorat Jenderal Pajak.

Berikut ini data yang diperoleh dari KPP Pratama Palembang Seberang Ulu terkait Data Penerimaan PPN, Target Penerimaan PPN, Realisasi Penerimaan PPN, dan Jumlah Wajib Pajak Pengusaha Kena Pajak pada tahun 2017-2021.

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Penerimaan (PPN) Dan Jumlah Wajib Pajak PKP
KPP Pratama Palembang Seberang Ulu Dari Tahun 2017-2021

Tahun	Target (Dalam Rupiah)	Realisasi (Dalam rupiah)	Wajib Pajak Pengusaha kena Pajak
2017	131.367.691.000	278.251.637.335	981
2018	146.932.817.000	249.565.901.779	1037
2019	103.666.908.000	241.178.714.639	1106
2020	112.748.386.000	259.642,620.247	1084
2021	204.063.879.000	143.979.767.746	1126

Sumber : KPP Pratama Palembang Seberang Ulu, 2022

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa jumlah realisasi penerimaan pajak mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun 2017 ke tahun 2021. Peningkatan terjadi pada tahun 2017 sedangkan dari tahun 2018 sampai 2021 mengalami penurunan. Akan tetapi pada tahun 2021 mengalami penurunan yang cukup signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, bahkan tidak mencapai target realisasi penerimaan pajak pada tahun tersebut. Berdasarkan data di atas wajib pajak PKP terjadi peningkatan dari tahun 2019-2021, sedangkan 2018-2020 yang mengalami penurunan tetapi tidak signifikan.

Hal ini dapat disebabkan oleh tidak patuhnya wajib pajak dalam memenuhi kewajiban dan tidak sadar akan kewajiban yang harus mereka lakukan. Rendahnya pembayaran pajak disebabkan oleh beberapa hal, pertama sebagian wajib pajak belum memahami mekanisme pembayaran pajak, dan lemahnya pengawasan wajib pajak sehingga menyebabkan keengganan wajib pajak untuk membayar pajak, kurangnya sosialisasi perpajakan kepada wajib pajak dan pemahaman wajib pajak.

Transaksi *e-commerce* menjadi fokus penting karena aktivitas transaksi yang tidak terlihat akan sulit dilacak jika DJP hanya memantau perdagangan konvensional. Transaksi *e-commerce* yang dilakukan orang pribadi atau badan akan sulit dilakukan pemeriksaan pajak daripada pelaku bisnis secara konvensional. Melihat kondisi dan fenomena perkembangan *e-commerce* dan pentingnya penarikan PPN untuk *e-commerce* ini. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis**

Dampak Transaksi *E-Commerce* Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (Studi Pada KPP Pratama Palembang Seberang Ulu)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan dari penelitian ini adalah bagaimana dampak *e-commerce* terhadap penerimaan PPN (studi pada KPP Pratama Palembang Seberang Ulu)?

1.3 Ruang Lingkup Permasalahan

Penulis perlu membatasi ruang lingkup pembahasan, pembatasan masalah ini dimaksudkan untuk menjaga jangan sampai masalah yang akan dibahas menyimpang dari pokok permasalahan. Oleh karena itu, peneliti hanya akan membahas tentang Dampak Transaksi *E-Commerce* Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (Studi Pada KPP Pratama Palembang Seberang Ulu) pada tahun 2017-2021.

1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah Tujuan yang penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak transaksi *e-commerce* terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di KPP Pratama Palembang Seberang Ulu.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Kajian ini memberikan informasi dan masukan untuk penelitian perkembangan akademik, khususnya dampak *e-commerce* terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai, dan referensi berupa literatur.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan, serta pemahaman yang lebih baik terutama mengenai Dampak Transaksi *E-commerce* terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka penulis melakukan menyajikan sistematika penulisan dalam penyusunan hasil penelitian. Sistematika penulisan laporan ini dibagi menjadi 5 bab yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan latar belakang yang menjelaskan mengapa judul tersebut dipilih. Bab ini juga menjelaskan isu-isu yang dipertimbangkan, tujuan yang dicapai dan manfaat yang dicapai melalui penyusunan laporan ini, semuanya dijelaskan secara sistematis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka konsep dan paradigma penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi penelitian yang menguraikan tentang bagaimana penelitian dilakukan yang terdiri dari variabel penelitian, objek, jenis, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data serta alur penelitian.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

Bab ini membahas tentang uraian hasil dan pembahasan yang terdiri dari analisis data, dan pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan atas pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya serta saran sehubungan dengan pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.