

## UPAYA PENINGKATAN PENERIMAAN PAJAK MELALUI PENJUALAN BERBASIS *E-COMMERCE* PADA UMKM KOTA TANGERANG SELATAN

Sukarno<sup>1</sup>, Septi Wifasari<sup>2</sup>, Budi Setyawan<sup>3</sup>  
Universitas Pamulang

[sukarnoreza@gmail.com](mailto:sukarnoreza@gmail.com), [swifasari@gmail.com](mailto:swifasari@gmail.com), [wawan.kayoa@yahoo.com](mailto:wawan.kayoa@yahoo.com)

### ABSTRAK

*E-commerce* sebagai bentuk pemanfaatan teknologi informasi banyak diminati oleh kalangan pelaku bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) melaporkan di bulan November 2017 sebanyak 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform *online* dalam memasarkan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi penerapan pajak *e-commerce*, perkembangan peningkatan jumlah UMKM berbasis *e-commerce* dan seberapa besar dampak penerapan pajak *e-commerce* terhadap kelangsungan usaha pada UMKM di Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan data yang diperoleh berdasarkan observasi melalui wawancara dan dokumentasi dengan tulisan yang sistematis kemudian ditafsirkan dan ditarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan sebagian besar telah memanfaatkan platform *e-commerce* dalam usahanya namun potensi pajaknya belum dapat digali secara maksimal akibat dari belum adanya *database* UMKM.

**Kata kunci:**UMKM, *E-Commerce*, Pajak

### ABSTRACT

*E-commerce* as a form of information technology utilization is much in demand by micro, small and medium business (UMKM) business people. The Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises (Kemenkop UKM) reported that in November 2017 as many as 3.79 million micro, small and medium enterprises (UMKM) have utilized the online platform in marketing their products. This study aims to determine the potential implementation of *e-commerce* tax, the development of an increasing number of *e-commerce*-based UMKM and how much impact the implementation of *e-commerce* tax has on business continuity at UMKM in South Tangerang City. This study uses a descriptive qualitative method using data obtained based on observations through interviews and documentation with systematic writing then interpreted and drawn conclusions. The results showed that the majority of UMKM in South Tangerang City had utilized the *e-commerce* platform in their business, but the potential tax could not be explored optimally due to the lack of a UMKM database.

**Keyword:** UMKM, *E-Commerce*, Tax

## PENDAHULUAN

Dunia bisnis di Indonesia terus mengalami perubahan yang besar mengikuti perubahan dunia bisnis internasional. Transaksi bisnis tidak lagi hanya diramaikan dengan transaksi secara konvensional, tetapi juga diramaikan dengan transaksi *e-commerce* (*electronic-commerce*). *E-commerce* banyak diminati oleh kalangan pelaku bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dikarenakan akses yang mudah dan tanpa batas ruang dan waktu. Sehingga pelanggan akan dengan memilih barang yang diminati hanya dengan membuka web melalui komputer bahkan *handphone*. Kemenkop UKM melaporkan di bulan November 2017 sebanyak 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan *platform online* dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia, yakni 59,2 juta. Kota Tangerang Selatan sebagai salah satu kota penyangga ibukota, saat ini sedang berkembang sangat pesat. Tidak terkecuali UMKM-nya yang berhasil menembus pasar internasional. Bahkan dalam salah satu programnya disebutkan Tangsel siap jadi kota koperasi 1.000 UKM di tahun 2021 nanti. (<https://www.kompasiana.com>, 2018)[4]. Oleh karena itu kota Tangerang Selatan pada 28 November 2017 ditetapkan sebagai kota terbaik untuk iklim Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui Penghargaan Natamukti Nindya. Pertumbuhan yang meningkat secara progresif transaksi *e-commerce* dan makin banyaknya UMKM yang memasarkan produknya melalui *e-commerce* menunjukkan akan potensi pajak yang cukup besar yang dapat digarap secara masif. Melalui (Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013)[11] tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang memiliki Peredaran Bruto Tertentu menetapkan PPh final 1 persen untuk pengusaha beromset di bawah Rp 4,8 miliar setahun. Bahkan Pada tahun 2018 terbit (Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018)[10] yang menetapkan tarif lebih rendah lagi yaitu 0,5 persen dari penghasilan bruto. Sehingga hal ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha UMKM untuk menghitung pajak terutangnya, tanpa harus memiliki latar belakang ilmu pajak.

Pelaku usaha UMKM tidak perlu repot menyiapkan laporan keuangan komersial dan fiskal dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, cukup dengan mengalikan omzet penjualan perbulan dengan tarif yang berlaku. Pada tahun 2018 Menteri Keuangan menerbitkan (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.10/2018)[8] tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Namun Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA) menganggap regulasi tersebut dapat menimbulkan dampak negatif di sektor perdagangan elektronik. Untuk itu asosiasi meminta agar peraturan ini ditunda (<https://ekonomi.kompas.com/>)[3]. Sementara (Abidin & Dharmas, 2017)[1] mengungkapkan bahwa kebijakan pemerintah dalam menumbuhkembangkan UMKM belum membuat sepenuhnya kondusif walaupun terus disempurnakan dari tahun ke tahun.

Definisi Pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Sumitro, S.H. yang dikutip oleh (Mardiasmo, 2016)[5] "Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Sedangkan menurut Soemahamidjaja dalam (B. Ilyas & Burton, 2013)[2] "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". Jadi pajak merupakan kewajiban yang harus dibayarkan oleh setiap warga negara terhadap pemerintahannya, tanpa mendapat kontraprestasi secara langsung.

Penerimaan pajak adalah penghasilan yang diperoleh pemerintah yang bersumber dari pajak rakyat. Tidak hanya sampai di definisi singkat di atas, bahwa dana yang diterima di kas negara tersebut akan dipergunakan untuk pengeluaran pemerintah untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat, sebagaimana maksud dari tujuan negara yang disepakati oleh para pendiri awal negara ini yaitu menyajahterakan rakyat, menciptakan kemakmuran yang berasaskan kepada keadilan sosial (Suherman, 2011)[13].

E-

Commerce adalah perdagangan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen melalui sistem elektronik. Transaksi e-commerce sama dengan transaksi perdagangan lainnya, tetapi berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan. Oleh karena itu, tidak ada perbedaan perlakuan perpajakan antar transaksi e-commerce dan transaksi perdagangan lainnya.

Melalui Siaran Pers Nomor 12/KLI/2019 tertanggal 29 Maret 2019 Menteri Keuangan menarik (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.10/2018)[8] tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e- Commerce*). Alasan penarikan ini adalah adanya kebutuhan untuk melakukan koordinasi dan sinkronisasi yang lebih komprehensif antar kementerian/lembaga. Koordinasi dilakukan untuk memastikan agar pengaturan e-commerce tepat sasaran, berkeadilan, efisien dan mendorong ekosistem ekonomi digital dengan mendengarkan masukan dari seluruh stakeholder.

Dengan ditariknya PMK tersebut diatas, maka perlakuan perpajakan untuk seluruh pelaku ekonomi tetap mengacu pada ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Para pelaku usaha e-commerce maupun konvensional yang menerima penghasilan sampai dengan Rp 4.800.000.000 dapat memanfaatkan skema pajak final dengan tarif 0,5 % (setengah persen) dari omzet usahanya.

Sesuai dengan (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.10/2018)[8] serta (Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-62/PJ/2013)[15] tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce mengaturl tentang;

1. Ketentuan Pajak atas Penghasilan yang Diterima atau Diperoleh dari Transaksi E-commerce
2. Ketentuan Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah atas Transaksi E-commerce
3. Ketentuan dalam Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai dan peraturan pelaksanaannya yang juga berlaku bagi Wajib Pajak yang melakukan transaksi e-commerce.

Besarnya tarif Pajak yang dapat digunakan oleh UMKM sesuai (Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018)[10] tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu, penghasilan yang bersifat final sebesar 0,5% (setengah

persen), yang pelaksanaannya diatur dalam (Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 99/PMK.03/2018)[9] dan (Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER - 09/PJ/2019)[7] tentang Tata cara Pembatalan dan Pencabutan Surat Keterangan Pajak Penghasilan berdasarkan (Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018)[10] yaitu: Tarif Pajak Penghasilan atas UMKM dibedakan berdasarkan peredaran bruto dalam satu tahunnya, jika peredaran bruto tidak melebihi Rp 4.800.000.000 akan mendapatkan fasilitas pajak sebesar 0,5% (setengah persen), Tetapi jika peredaran bruto melebihi Rp 4.800.000.000 tidak mendapatkan fasilitas.

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008)[19] tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berikut ini adalah ilustrasi dari isi Undang Undang tersebut. Pengertian dari unsur yang ada di dalam UMKM yaitu :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang - Undang ini.

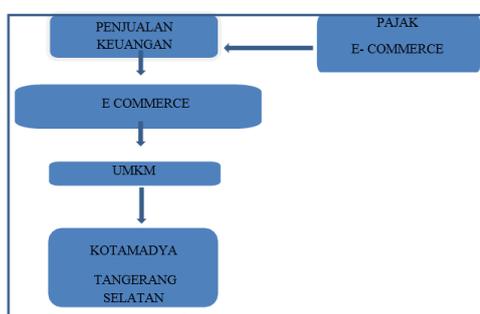
Berdasarkan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008)[19] sesuai dengan kriteria jenis usaha masing masing yang didasarkan atas peredaran usaha dan atau jumlah aktiva yang dimiliki seperti tabel berikut :

**Tabel 1. Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

No.	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks.50 Juta	Maks.300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta– 500 Juta	>300 Juta– 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 Juta– 10 Miliar	> 2,5 Miliar– 50 Miliar

Sumber : UU RI Nomor 20 Tahun 2008

Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan gambaran kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Teori Penelitian

## BAHAN DAN METODE

Bahan dan metode meliputi uraian rincian tentang cara, instrumen, dan teknik analisis penelitian yang digunakan dalam memecahkan permasalahan. Apabila merupakan hasil kajian pustaka, maka urutan setelah pendahuluan adalah *analisis pemecahan masalah*. Analisis Pemecahan Masalah meliputi uraian obyektif tentang pemecahan masalah. Jarak antar sub judul dengan teks sebelumnya adalah satu spasi.

Penelitian dilakukan pada, Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tangerang Selatan yang terletak di Pusat Perkantoran Walikota Tangerang Selatan ditambah lagi Kantor Pajak Pratama Serpong yang beralamat di Jl. Pahlawan Seribu, BSD City, Kota Tangerang Selatan sebagai unit analisis.

Penelitian dimulai bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019 atau kurang lebih selama 6 (enam) bulan.

Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang dalam penjualannya berbasis online dengan

mengambil sampling 15 jenis usaha UMKM yang terdapat di Kota Tangerang Selatan.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, Menurut (Sugiyono, 2017)[12] mengatakan bahwa: “Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting); atau disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif”.

Pendekatan deskriptif dalam metode ini dilakukan bertujuan untuk menggambarkan, meringkas kondisi, situasi dan fenomena yang ada pada lingkungan hidup di sekitar masyarakat untuk digunakan sebagai objek penelitian.

Jenis Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Lapangan (Field Research), menurut (Sunyoto, 2013)[14] yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data primer dan data sekunder yaitu dengan observasi. Penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap masalah apa yang dihadapi, sehingga dari pengamatan tersebut penulis dapat memperoleh data yang akurat dan kongkrit.

Adapun data yang digunakan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Data Primer  
 Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, yaitu UMKM di daerah Kota Tangerang Selatan
2. Data Sekunder  
 Data sekunder ini dilakukan melalui penelitian kepustakaan (library research). Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan landasan dan konsep yang kuat agar permasalahan dapat dipecahkan. Penelitian ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku, dan berbagai sumber yang berhubungan dengan pembuatan pembuatan ini. Data sekunder ini merupakan data yang mendukung data primer
3. Observasi (Pengamatan)  
 Observasi ialah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian yang merupakan sumber data, sehingga data yang diperoleh benar-benar bersifat obyektif. Observasi atau pengamatan

ini dilakukan pada UMKM di Kota Tangerang Selatan.

Tabel2.Data Karakteristik UMKM

N	Kegiatan	Ad	Tida	Ke
1	UsahaUMKM			
2	Penjualanonline			
3	CatatanAdministrasi			
4	CatatanPembukuanAkuntansi			
5	LaporanKeuangan			
6	LaporanPajak			

Sumber : Data Primer (2019)

#### 4. Interview (Wawancara)

Interview merupakan suatu teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan wawancara langsung dengan objek yang diteliti. Interview atau juga wawancara seperti halnya teknik observasi dilakukan secara bersamaan.

Tabel3.Format Wawancara

No	Aspek	Indikator	Ket
1	UMKM BerbasisE-Commerce	Memiliki Web/Platform	
2	BerdasarkanU No.2 8Tahun	JenisUsaha	
3	Melaksanakan PP 23/2018	PencatatanOmzet	

Sumber:DataPrimer(2019)

#### 5. Dokumentasi

Dokumentasi perlu dilakukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan atau mengelola hasil dari observasi dan wawancara. Karena dengan melakukan dokumentasi penulis dapat memperoleh data lebih komprehensif secara tertulis mengenai sejarah UMKM, omzet, dan kewajiban perpajakannya. Data dapat berupa foto, video, dan data lain yang menunjang pelaksanaan pajak e-commerce. Dengan demikian itu hasil penelitian akan dapat lebih dapat dipercaya karena didukung dengan bukti-bukti yang valid.

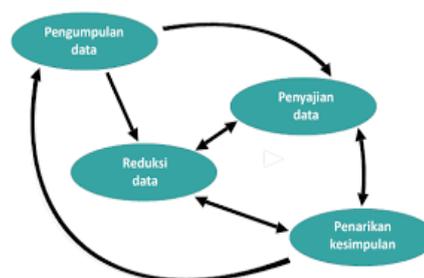
Tabel4.Format Wawancara

N	JenisDokum	Sumber
1	DataUMKM	a. UMKMKotaTangerangSelatan b. KPPPratamaSerpong
2	BuktiLaporan Pajak	KPPPratamaSerpong
3	Foto/VideoKegiatan	a. UMKMKotaTangerangSelatan b. KPPPratamaSerpong

Sumber : Data Primer (2019)

Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berada di Kota Tangerang Selatan. Khususnya UMKM yang tersebar di wilayah Kecamatan Pamulang dan Serpong.
2. Teknik pengambilan sampel menggunakan populasi kurang dari 10 UMKM, sehingga jumlah sampel sama dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 10 UMKM. (Miles, 2014)[6] menyatakan bahwa aktifitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga data jenuh.



Gambar2.Teknis Analisis Data Kualitatif Miles danHuberman

## HASIL

### Potensi penerapan pajak *e-commerce* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan

Potensi penerapan pajak *e-commerce* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan Menurut data KPP Pratama Serpong jumlah UMKM yang terdaftar selama kurun waktu 3 tahun 2016, 2017, 2018 dapat diketahui melalui tabel berikut:

**Tabel 5. Tabel Data  
 Kepatuhan Wajib Pajak**

No.	2016	2017	2018	Keterangan
1	4.710	4.798	4.739	Lapor SPT
2	3.342	3.254	3.313	Tidak Lapor SPT
3	58,49 %	59,59 %	58,85 %	Persentase Tingkat Kepatuhan

Sumber: KPP Pratama Serpong

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa perbandingan antara WP yang lapor lebih banyak dibandingkan WP yang tidak lapor. Tetapi dalam hal ini pada tahun 2016 sebanyak 4.710 Wajib Pajak yang melapor mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebanyak 4.798 Wajib Pajak. Tetapi hal ini berbanding terbalik di mana yang tidak lapor di tahun 2016 sebanyak 3.342 Wajib Pajak mengalami penurunan di tahun 2017 sebanyak 3.254 Wajib Pajak. Sedangkan di tahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak 4.739 Wajib Pajak lapor dan 3.313 Wajib Pajak tidak lapor.

Hal ini mengindikasikan bahwa potensi penerapan pajak *e-commerce* kepada para pelaku usaha sangat menjanjikan. Sehingga penerimaan pajak di wilayah KPP Pratama Serpong semakin meningkat.

Namun demikian, berdasarkan hasil penelitian ditemukan masih banyak pelaku UMKM yang belum melakukan pencatatan / pembuatan laporan keuangan sesuai standar akuntansi serta belum membuat laporan pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan. Hal ini tentu akan mempengaruhi tingkat penerimaan pajak.

Begitupun terkait wajib pajak UMKM konvensional dan UMKM *e-commerce*, belum terdata secara maksimal oleh KPP Pratama Serpong dikarenakan belum adanya *data base* yang dapat

dijadikan acuan bagi KPP Pratama Serpong dalam memaksimalkan potensi penerimaan pajak.

### Perkembangan Peningkatan Jumlah UMKM Berbasis *E-commerce* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan

Berdasarkan dari data yang ada pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan, terdapat 26.700 UMKM meliputi wilayah: Ciputat Timur; Ciputat; Pamulang; Setu; Pondok Aren; Serpong; dan Serpong Utara., dari jumlah tersebut UMKM terbesar didominasi oleh usaha yang bergerak di bidang kuliner, yaitu sekitar 60%.

Sedangkan jumlah UMKM berdasarkan klasifikasi jenis usaha dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 6. Tabel Klasifikasi Jenis Usaha UMKM**

No	Bidang UMKM	Jenis Usaha
1	Aksesoris	Hiasan aksesoris
2	Fashion	Batik, Pakaian, Tas, Sandal
3	Furniture	Meubel
4	Jasa	Laudry, Reparasi
5	Konter	Pulsa
6	Konveksi	Pakaian
7	Kreative	Warnet, Internet, Fotocopy, Hand craft
8	Kuliner	Warung Makan, Kue,
9	Perikanan	bibit ikan
10	Pertanian	bibit tanaman, bungahias
11	Restauran	Rumah Makan, warung makan
12	Sembako	beras, minyak, telur

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan 2018

Melihat kenyataan tersebut maka Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan membuat program-program berkelanjutan dalam rangka pengembangan usaha pelaku UMKM dalam bentuk:

1. Pendampingan pengurusan logo halal
2. Pendampingan pembuatan kemasan/*packaging* yang menarik
3. Membantu pemasaran produk melalui wahana bazar UKM

4. Membantu promosi baik skala nasional maupun internasional melalui pameran
5. Pemberian pelatihan dan keterampilan kepada pelaku UKM

Selain dukungan pemerintah, tidak terlepas juga peran komunitas dalam mengembangkan potensi UMKM dengan melakukan berbagai pertemuan, workshop dan pelatihan yang terprogram. Sehingga dapat membantu dan mengarahkan UMKM untuk menjalankan usahanya dalam mencapai target penjualan yang maksimal dengan cara yang lebih efektif.

Dalam rangka mendukung penjualan menggunakan *e-commerce*, pemerintah Kota Tangerang Selatan membuat portal *website* yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM dengan alamat website <http://umkmtangsel.co.id> yang merupakan toko *online* dari berbagai produk-produk UMKM Tangerang Selatan. Selain itu Pemerintah Kota Tangerang Selatan juga memberikan fasilitas pelatihan pengembangan usaha terkait prosedur dan mekanisme ekspor produk ke luar negeri dengan membuat *Workshop Letter of Credit* bagi UMKM. Dengan LOC ini merupakan peluang untuk menghasilkan *output* yang baik bagi pelaku UMKM. Saat ini kurang lebih terdapat 500 UMKM yang berpotensi memasuki pasar global.

Peningkatan pelaku *e-commerce* pada UMKM Kota Tangerang Selatan dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

**Tabel 7. Perbandingan UMKM E-commerce**

No	Nama UMKM	Bidang UMKM	E-commerce	
			Ada	Tidak
1	Indonesia story tas	Aksesoris	√	
2	Asep	Furniture		√
3	Nuning Crafting	Aksesoris	√	
4	Autrisno	Kuliner		√
5	Gorengan Engkong	Kuliner		√
6	Asep	Kuliner	√	
7	Durahim	Toko	√	
8	Nancy Bakery	Kuliner		√
9	SambalHj. Lina	Kuliner	√	
10	Heichoco	Kuliner	√	
11	Kerupuk RHR	Kuliner		√
12	Karya	kreatif	√	

	Indah Gypsum			
13	Mie AyamJuri	Kuliner	√	
14	Sembako Ari	sembako	√	
15	Resto Ali Amran	Restaura n		√

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan 2018

### Dampak Penerapan Pajak *e-commerce* terhadap Kelangsungan Usaha pada UMKM di Kota Tangerang Selatan

Secara khusus pemerintah menerbitkan aturan tentang pajak *e-commerce* melalui (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.10/2018)[9] dan ditegaskan melalui (Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE - 62/PJ/2013)[15] namun sebelum peraturantersebut diberlakukan, pemerintah melihat bahwa aturan ini dapat menghambat pertumbuhan ekonomi digital. Untuk itu Menteri Keuangan Republik Indonesia melalui Siaran Pers pada tanggal 12 Maret 2018 resmi mencabut aturan pajak *e-commerce*.

Sehingga dengan dicabutnya PMK tersebut maka aturan perpajakan kembali ke aturan yang ada pada (Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008)[16] sebagai acuan para pelaku UMKM *e-commerce* dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Dalam keberlangsungan usaha, para pelaku UMKM terpacu untuk mengembangkan usaha mereka, hal ini dapat dilihat dari omzet perbulan, seperti tabel berikut ini:

**Tabel 8. Omzet UMKM e-commerce**

No	Nama UMKM	Bidang UMKM	Omzet
1	Indonesia story tas	Aksesoris	Rp100,000,000
2	Asep	Furniture	Rp10,000,000

3	Nuning Crafting	kreatif	Rp100,000,000
4	Autrisno	Kuliner	Rp10,000,000
5	Gorengan Engkong	Kuliner	Rp20,000,000
6	Asep	Kuliner	Rp30,000,000
7	Durahim	Toko	Rp30,000,000
8	Nancy Bakery	Kuliner	Rp10,000,000
9	Sambal Hj. Lina	Kuliner	Rp50,000,000
10	Heichoco	Kuliner	Rp60,000,000
11	Kerupuk RHR	Kuliner	Rp20,000,000
12	Karya Indah Gitsun	kreatif	Rp30,000,000
13	Mie Ayam Juri	Kuliner	Rp30,000,000
14	Sembako Ari	sembako	Rp30,000,000
15	Resto Ali Amran	Restoran	Rp20,000,000

Sumber: Hasil Penelitian diolah 2019

Hal ini berdampak pada kemudahan dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan bagi pelaku usaha UMKM sehingga tidak mengganggu kelangsungan usaha mereka. Bahkan sebaliknya merangsang mereka untuk membuat laporan keuangan dan perpajakan secara tertib.

## KESIMPULAN

1. Dengan dicabutnya (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.10/2018)[8] membuat aturan perpajakan menjadi lebih sederhana dan mudah untuk dilaksanakan, sehingga memacu para pelaku UMKM untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Berdasarkan data pada KPP Pratama Serpong bahwa perbandingan antara jumlah Wajib Pajak yang melaporkan pajaknya lebih tinggi dibandingkan Wajib Pajak yang tidak lapor. Presentase tingkat pelaporan antara tahun 206 sampai dengan 2018 rata-rata 58,97%. Namun dari data tersebut, sebagian besar pelaku UMKM belum melakukan pencatatan laporan keuangan sesuai standar akuntansi dan pelaporan perpajakan

sesuai ketentuan yang berlaku. Sedangkan KPP Pratama Serpong belum memiliki *database* khusus yang berisi data UMKM konvensional dan UMKM *e-commerce*, sehingga sulit untuk mengetahui secara pasti seberapa besar potensi pajak yang dapat digali.

2. Dalam rangka mendukung transaksi digital melalui *e-commerce*, Pemerintah Kota Tangerang Selatan membuat portal *website* yang beralamat di <https://umkmtangsel.co.id/> yang merupakan toko *online* dari berbagai produk-produk UMKM di wilayah Tangerang Selatan. dibawah binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. Selain itu Pemerintah Kota Tangerang Selatan juga memberikan fasilitas pengembangan terkait prosedur dan mekanisme yang ekspor ke luar negeri dengan cara membuat *Workshop Letter of Credit* bagi UMKM. Dengan LOC ini merupakan peluang untuk menghasilkan output yang baik bagi pelaku UMKM. Hal ini merupakan salah satu bentuk meningkatkan jumlah UMKM *e-commerce*.
3. Dampak yang dirasakan dengan dicabutnya aturan pajak *e-commerce* adalah semakin tingginya minat pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan untuk bertransaksi melalui sistem *online*, dengan pertimbangan pangsa pasar yang lebih luas dan berskala global. Tanpa ada kekhawatiran akan dikenakan pajak yang tinggi, bahkan diberikan tarif khusus sebesar 0,5% dikalikan omzet perbulan, tanpa harus menghitung laba rugi.

## Saran

1. Para pelaku UMKM harus membuat laporan keuangan sesuai standar akuntansi dan pelaporan perpajakan sesuai dengan undang-undang pajak. Sementara itu, KPP Pratama Serpong perlu membuat *database* UMKM di wilayahnya dan membuat program penyuluhan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan transaksi penjualan secara online, sehingga potensi pajak agar

potensi pajak terutama dari pelaku UMKM *e-commerce* dapat dimaksimalkan.

2. Mengingat potensi pasar yang sangat besar pada pelaku usaha UMKM *e-commerce*, maka para pemangku kepentingan harus membuat program-program pendampingan berkelanjutan dan pengenaan pajak yang rendah dalam rangka menjaga kelangsungan usaha pelaku UMKM *e-commerce*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abidin & Dharma. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan. Seminar Nasional & Akuntansi *Call For Papers* (P. Volume 2 Issue 1). Tangerang Selatan: Universitas Pamulang.
- [2] B. Ilyas Wirawandan Richard Burton. 2013, Hukum Pajak, Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat
- [3] <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/01/14/164104026/asosiasi-minta-kemenkeu-tunda-penerapan-aturan-pajak-e-commerce>
- [4] <https://www.kompasiana.com>. (2018, December 08).
- [5] Mardiasmo. 2016. Perpajakan Edisi Terbaru. Yogyakarta: Andi.
- [6] Miles, H. 2014. Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3 Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi. Jakarta: UI-Press.
- [7] Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER - 09/PJ/2019. (N.D.). Tentang Tata Cara Pembatalan dan Pencabutan Surat Keterangan Pajak Penghasilan Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018.
- [8] Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.10/2018. (N.D.). Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*).
- [9] Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 99/PMK.03/2018. (N.D.). Tentang Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018.
- [10] Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. (N.D.). Tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- [11] Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013. (N.D.). Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- [12] Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta.
- [13] Suherman, Ade, 2011. Analisis Pengaruh Kompetensi Account Representative dan Independensi Account Representative serta Penerapan Benchmarking Laporan Keuangan Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Kanwil DJP Sumut. Tesis Universitas Sumatera Utara.
- [14] Sunyoto, 2013. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT. Refika Aditama
- [15] Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE - 62/PJ/2013. (N.D.). Tentang Penegakan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*.
- [16] Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008. (N.D.). Tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan.
- [17] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1985. (N.D.). Tentang Bea Meterai.
- [18] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. (N.D.). Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.