

PENGENAAN PAJAK *E-COMMERCE* PASCA DIUNDANGKANNYA UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2020 TENTANG CIPTA KERJA

Emanuella Ridayati, Debby Astuti, Yuzon Sutrirubiyanto Nova, Angga Maulana, Agus Sudjeni, Ali Hanif, Gregorius Hermawan K

Program Studi Ilmu Hukum (S2) Program Pascasarjana Universitas Pamulang
ysnova@gmail.com

Abstrak

PENGENAAN PAJAK *E-COMMERCE* PASCA DIUNDANGKANNYA UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2020 TENTANG CIPTA KERJA, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimanakah aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* sebelum adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, serta untuk mengetahui Bagaimanakah aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* setelah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif atau metode penelitian hukum doktrinal (dogmatik). Kemudian, karena penelitian ini merupakan penelitian perbandingan antara yang dilakukan di masa sekarang dengan yang dilakukan pada masa lalu, sehingga selain menggunakan metode penelitian yuridis normatif juga menggunakan pendekatan penelitian historis, ditambahkan dengan pendekatan Undang-Undang dan pendekatan konseptual sebagai metode penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu bahwa dalam penerapannya pengaturan terhadap pengenaan pajak *e-commerce* sebelum adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yaitu bahwa perlakuan pajak baik itu melalui transaksi *e-commerce* maupun transaksi secara konvensional adalah sama, yaitu dengan menggunakan pengaturan pajak yang telah ada (*eksisting*). Namun secara nyata dalam beberapa kondisi transaksi melalui *e-commerce* mampu menembus batas geografis antar negara dalam melakukan transaksi jual beli barang dan/atau jasa yang berformat digital sehingga mudah di akses dan tanpa sadar melewati batas pengawasan secara regulasi yang ada. Kemudian pengaturan mengenai pajak *e-commerce* setelah adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja bahwa potensi pajak dalam aktivitas *e-commerce* sangat besar seperti pengenaan pajak dengan menggunakan skema *over the top* (OTT) yang melakukan pemungutan PPN. Pemerintah akan memasukkan kewajiban perusahaan digital (pemilik *marketplace*) untuk memungut, menyetorkan, dan melaporkan PPN. Selain itu, dari sisi PPh, pemerintah juga akan meredefinisikan bentuk usaha tetap (BUT).

Kata Kunci: Pajak, *E-Commerce*, *Online*, Teknologi

Abstract

IMPOSITION OF E-COMMERCE TAXES POST THE promulgation of LAW NUMBER 11 OF 2020 CONCERNING WORK CREATION, the purpose of this research is to find out what are the tax rules for the e-commerce industry prior to the existence of Law Number 11 of 2020 concerning Work Creation, and to find out How tax regulations for the e-commerce industry after being regulated in Law Number 11 of 2020 concerning Job Creation. The research method used in this research is normative juridical or doctrinal legal research methods (dogmatic). Then, because this research is a comparative study between those carried out in the present and those carried out in the past, in addition to using the normative juridical research method, it also uses a historical research approach, added with the Law approach and the conceptual approach as a research method. The conclusion of this research is that in implementing the regulations on the imposition of e-commerce taxes before the existence of Law Number 11 of 2020 concerning Job Creation, namely that tax treatment both through e-commerce transactions and conventional transactions is the same, namely by using tax regulations. existing (existing). However, in reality, in some conditions transactions via e-commerce are able to penetrate geographic boundaries between countries in carrying out transactions for buying and selling goods and / or services in digital format so that they are easy to access and without realizing it crosses the limits of existing regulatory controls. Then the regulation regarding e-commerce taxes after the existence of Law Number 11 of 2020 concerning Job Creation that the

potential for taxes in e-commerce activities is very large, such as the imposition of taxes using an over the top (OTT) scheme which collects VAT. The government will include the obligation of digital companies (marketplace owners) to collect, deposit, and report VAT. In addition, in terms of income tax, the government will also redefine a permanent establishment (RPE).

Keywords: Tax, E-Commerce, Online, Technology.

PENDAHULUAN

E-commerce merupakan sistem pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan media *online* lainnya. Saat ini di Indonesia telah sampai pada era berkembangnya ekonomi melalui media digital yang ditandai dengan dominasi peran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di dalam dunia bisnis yang terjadi di Indonesia belakangan ini. Salah satu model dari *E-commerce* yang marak ada di Indonesia adalah *marketplace*. *Marketplace* merupakan salah satu bentuk *e-commerce* yang memberikan kemudahan dan fasilitas bagi masyarakat untuk membeli serta melihat suatu barang secara praktis. Contohnya seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dll. Dengan banyaknya *platform e-commerce* yang bermunculan di Indonesia, membuat laporan dan data transaksi *online* semakin marak dan sering dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Pada tahun 2018, kenaikan signifikan penggunaan *e-commerce* bahkan mencapai 78%.¹

Efisiensi menjadi faktor pendukung meningkatnya transaksi pembelian melalui *e-commerce*, yang didukung oleh beberapa sektor penarik seperti tiket pesawat, hotel, pakaian, hingga elektronik. Tentunya hal tersebut tetap dibarengi dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan transaksi pembelian yang dilakukan secara konvensional (*offline*) melalui pasar/kasir. Merujuk pada data OECD menunjukkan bahwa dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2013, perputaran jual beli barang yang berbasis TIK tumbuh sebesar 6% per tahun sementara terhadap produk jasa yang berbasis TIK bertumbuh sebesar 30% per tahun. Sementara itu, pada tahun 2014, hampir semua bisnis di Negara OECD mengandalkan TIK, dimana 95% pelaku bisnis menggunakan *broadband*, 76% memanfaatkan *web* untuk pemasaran, dan mayoritas 90%-nya berinteraksi dengan konsumen melalui media *online*. Aktivitas *shopping online* atau *e-commerce* mengalami kenaikan menjadi sebesar 31% di tahun 2007 dan mencapai 50% di tahun 2014 (OECD, 2015).²

Jika kita kembali telaah dari data yang telah disajikan diatas bahwa dalam memenuhi kebutuhan era pasar ekonomi digital seperti sekarang ini, teknologi menjadi salah satu hal penentu perubahan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari, sejalan dengan itu pihak produsen pun harus merubah strategi dan pola jualnya sebagai pemenuhan atas perubahan pola beli masyarakat sehingga pergerakan rantai ekonomi tetap berjalan dengan baik. Perubahan pola beli dan pola jual itu dipengaruhi oleh adanya stimulus yang mendukung terciptanya perubahan pola tersebut seperti internet, maupun perangkat telekomunikasi yang semakin memberikan kemudahan bagi manusia untuk bergerak dalam melakukan aktifitasnya.³

Peran teknologi dalam dunia bisnis saat ini telah merubah pola jual beli masyarakat baik itu terhadap barang maupun jasa, yang sebelumnya jual beli dilakukan secara konvensional (*offline*) melalui pasar/kasir menjadi sistem *online* yang begitu cukup memberikan kelonggaran dan efisiensi terhadap banyak faktor dalam melakukan transaksi jual beli, misalnya pada sisi tempat transaksi jual beli dengan mekanisme *e-commerce* dapat dilakukan secara fleksibel, termasuk pada sisi pemasaran yang lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas kapanpun dan dimanapun (*accessible*).⁴

Hal positif yang dapat diambil dari hadirnya *e-commerce* yaitu dapat memangkas rantai bisnis panjang menjadi lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan efisiensi biaya, maupun sumber daya. Namun, hal tersebut perlu juga diiringi dengan regulasinya untuk mengakomodir itu termasuk dalam hal pajak yang dapat dikenakan baik itu kepada penyedia barang dan/atau jasa (produsen) maupun kepada masyarakat sebagai penggunaan barang dan/atau jasa (konsumen). Meskipun telah

¹ Zein, M. F. (2019). Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial. Mohamad Fadhilah Zein. Hal. 17

² Sya'bani, A. BAGIAN 1.2 REVIEW KETENTUAN PERPAJAKAN E-COMMERCE DI INDONESIA

³ SALIM, Z., ASTUTY, E. D., ERMAWATI, T., & SABILLA, K. PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN KEADILAN PAJAK DALAM BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA.

⁴ Sakti, N. W. (2014). Pajak E-Commerce, antara Hambatan dan Tantangan. Jakarta: Inside Tax.

ditegaskan oleh otoritas perpajakan melalui Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan bahwa perlakuan pajak baik itu melalui transaksi *e-commerce* maupun transaksi secara konvensional adalah sama, yaitu dengan menggunakan pengaturan pajak yang telah ada (*eksisting*). Namun secara nyata dalam beberapa kondisi transaksi melalui *e-commerce* mampu menembus batas geografis antar negara dalam melakukan transaksi jual beli barang dan/atau jasa yang berformat digital sehingga mudah di akses dan tanpa sadar melewati batas pengawasan secara regulasi yang ada. Dalam situasi tersebut, pengenaan pajak *e-commerce* menemukan tantangan-tantangan yang nyata pula sehingga dibutuhkan pengaturan/ regulasi yang khusus untuk mengakomodir transaksi *e-commerce* dalam hal-hal yang tidak dapat dijangkau saat ketika transaksi jual beli dilakukan secara konvensional. Selain itu perubahan regulasi dengan mengakomodir kendala dan permasalahan yang timbul tersebut dapat berpotensi menarik masuknya pendapatan negara melalui pajak atas transaksi *e-commerce* yang sebagaimana kita ketahui bahwa ada beberapa karakteristik khusus yang hanya terdapat pada transaksi *e-commerce*. Tercetusnya rencana untuk melakukan pengenaan pajak terhadap transaksi *e-commerce* di era ekonomi digital bukan merupakan barang yang baru, namun dikarenakan adanya pro dan kontra serta tantangan-tantangan perpajakan pada transaksi jual beli melalui *e-commerce* yang mengakibatkan sampai saat ini pengaturan/regulasi untuk mengakomodir hal tersebut termasuk di dalamnya mengenai bagian perpajakannya dinilai tidak cukup produktif dan terkesan lambat.⁵

Instrumen pengaturan terhadap perpajakan yang dikhususkan untuk mengakomodir transaksi *e-commerce* belum dimiliki oleh pemerintah Indonesia sebelum tahun 2017. Namun setelah memasuki tahun 2017, Presiden Joko Widodo mengeluarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map E-commerce*) Tahun 2017-2019. Hal tersebut dianggap menjadi langkah awal babak baru dalam regulasi perpajakan pada industri *e-commerce* yang lebih teratur dan menguntungkan, baik itu bagi produsen sebagai penyedia barang dan/atau jasa maupun konsumen sebagai pengguna barang dan/atau jasa termasuk juga negara yang menyediakan instrumen pengenaan pajak bagi transaksi *e-commerce*. Kemudian, pada tahun 2020 dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Keuangan Nomor 48/PMK.03/2020 Tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan, dan Penyetoran, Serta Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud Dan/Atau Jasa Kena Pajak Dari Luar Daerah Pabean Di Dalam Daerah Pabean Melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, maka Indonesia telah memberlakukan Pajak atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pertanggal 1 Juli 2020. Dengan dikeluarkannya peraturan tersebut, seluruh transaksi jual beli melalui media elektronik akan secara langsung dipungut, disetorkan, dan dilaporkan kepada pemerintah sebagai pajak untuk menjadi pendapatan negara.

Setelah itu pada tahun yang sama pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan/instrumen hukum lainnya yakni, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, dimana pada pasal 111 menegaskan kembali mengenai pengenaan pajak *E-commerce* baik terhadap PPN dan PPh bagi pelaku *e-commerce* baik itu produsen sebagai penyedia barang dan/atau jasa maupun konsumen selaku pengguna barang dan/atau jasa.

Ulasan mengenai permasalahan perpajakan *e-commerce* telah beberapa kali dibahas, mengingat sampai saat ini belum adanya aturan yang komprehensif dalam mengatur transaksi jual beli melalui *e-commerce* termasuk dalam hal pengenaan pajak bagi pelakunya, terlebih lagi karena belum adanya sinergi antara peraturan yang ada dengan sektor lain yang berkepentingan dalam pengawasan transaksi *e-commerce* seperti sektor perdagangan, teknologi informasi dan pengawasan jasa keuangan. Untuk itu, tulisan ini bermaksud memberikan ulasan mengenai pengaturan pajak *e-commerce* di Indonesia sebelum dan sesudah diundangkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja serta.⁶

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan sebelumnya dalam latar belakang, dapat diperoleh beberapa rumusan permasalahan yang akan diteliti dalam tulisan ini, diantaranya adalah:

1. Bagaimanakah aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* sebelum adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja?

⁵ Ib.id

⁶ Sya'bani, Op.Cit.

2. Bagaimanakah aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* setelah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja?

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimanakah aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* sebelum adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.
- b. Untuk mengetahui bagaimanakah aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* setelah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.

Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis penelitian yang dilakukan oleh penulis ini bermanfaat untuk menambah wawasan serta pengetahuan khususnya mengenai praktek dan pelaksanaan Undang-Undang yang mengatur perpajakan baik itu dari sudut pandang politik, maupun dari sudut pandang hukum, serta untuk mengetahui bagaimana implementasi terhadap pengenaan pajak pada transaksi jual beli melalui *e-commerce* sebelum dan setelah adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran serta dapat memberikan solusi dalam bidang hukum tata negara maupun hukum perdata dalam kaitannya terhadap sisi aspek-aspek pengubah hukum maupun politik hukumnya. Sehingga dengan demikian pembaca dan/atau calon peneliti lain akan semakin mengetahui terhadap penerapan hukum di dalam masyarakat khususnya yang berkaitan dengan pengenaan pajak pada transaksi jual beli melalui mekanisme *e-commerce*.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga negara yaitu lembaga legislatif yang merupakan badan *deliberatif*⁷ pemerintah dengan kuasa untuk membuat Undang-Undang bersama Presiden, maupun lembaga yudikatif/peradilan khususnya Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia yang tentunya dalam memeriksa, mengadili dan memutus perkara konstitusional berkaitan dengan perpajakan, serta kepada seluruh anggota masyarakat termasuk mahasiswa yang ingin melakukan penelitian mengenai perpajakan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif atau metode penelitian hukum doktrinal (dogmatik).⁸ Metode doktrinal ini dilakukan dengan mengkaji, memelihara, dan mengembangkan bangunan hukum positif dengan bangunan logika, yang disebut kajian doktrinal sehingga dapat disebut juga kajian hukum normatif.⁹ Kemudian, karena penelitian ini adalah penelitian perbandingan antara bagaimana penerapan mengenai aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* yang dilaksanakan sebelum maupun sesudah adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja maka dari itu selain dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif penulis juga menggunakan pendekatan historis, ditambahkan dengan pendekatan terhadap Undang-Undang dan pendekatan konseptual sebagai metodologi penelitian.

Adapun cara pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengkajian terhadap dokumen/buku-buku sejarah, putusan pengadilan, serta dokumen lain.

⁷ Demokrasi yang dapat disebut sebagai badan *deliberatif* jika proses pembentukan suatu kebijakan publik diuji terlebih dahulu melalui diskursus publik dengan tujuan untuk meningkatkan intensitas partisipasi publik dalam proses pembentukan peraturan perundang-undangan, sehingga Undang-Undang yang dihasilkan dari pihak pemerintah mendekati harapan dan kebutuhan pihak yang diperintah. Dapat dilihat dari: F. Budi Kardiman, "*Demokrasi Deliberatif*", Kanisius, Yogyakarta, 2009. Hal 12

⁸ Metode Penelitian hukum doktrinal adalah penelitian atau kajian yang objek kajiannya adalah hukum positif. Dengan demikian, penelitian ilmu hukum tidak lagi berupa penghayalan atau perenungan dengan sekuat-kuatnya akal, tetapi dengan melihat sekeliling alam nyata dimana tersedia bahan-bahan hukum positif yang dapat dipelajari. Dapat dilihat dari: Saefullah Wiradipraja, "*Penuntun Praktis Metode Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah Hukum*", Cetakan Kedua, CV Keni Media, Bandung, 2016. Hal. 5

⁹ Iqbal, Muhamad. "Implementasi Efektifitas Asas Oportunitas di Indonesia Dengan Landasan Kepentingan Umum." *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 9.1 (2018): 87-100.

Studi dokumen adalah suatu pengumpulan data yang dilakukan melalui data tertulis dengan menggunakan suatu analisis terhadap suatu objek penelitian.¹⁰

Data yang akan dikumpulkan dengan studi dokumen nantinya akan berupa data sekunder¹¹ yang akan digunakan peneliti untuk mempelajari, mengetahui serta memahami apa yang menjadi persamaan dan perbedaan antara penerapan pengaturan perpajakan sebelum maupun sesudah adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* sebelum adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja

Budaya berbelanja bukanlah budaya yang baru dikenal dan berkembang didalam sosial bermasyarakat di negara Indonesia. Masyarakat sejak awal peradaban sudah mengenal budaya berbelanja secara langsung atau yang dikenal dengan budaya berbelanja tradisional dengan cara seseorang yang memiliki kebutuhan akan keperluannya mendatangi penjual untuk membeli barang yang akan dijualnya dan transaksi pembelian dapat dilakukan secara tawar menawar dan/atau dengan cara langsung membeli tanpa menawar. Seiring berkembangnya kondisi waktu dan zaman, maka saat ini budaya berbelanja semakin dirancang mudah oleh para penjual untuk semata-mata memudahkan minat pembeli untuk membeli barang/jasa yang ditawarkan dan dijual.¹² oleh karenanya, masyarakat di awal tahun 2010 semakin dimanjakan dengan diperkenalkannya budaya berbelanja secara daring/*online* dengan tujuan agar seluruh masyarakat dari setiap belahan dunia dan disetiap penjuru negara dapat melakukan transaksi jual beli terhadap suatu barang yang dibutuhkannya tanpa harus dipaksa untuk mendatangi secara langsung penjual barang tersebut untuk mendapatkannya. Keberadaan pola belanja secara daring/*online* inilah yang pada akhirnya tidak saja memberikan keuntungan bagi penjual barang, tetapi juga memberikan keuntungan bagi perekonomian dan keuangan Negara melalui pengenaan pajak terhadap pelakunya, baik itu kepada produsen sebagai penyedia barang dan/atau jasa maupun kepada konsumen selaku pengguna barang dan/atau jasa.

Sampai saat ini belum terdapat pengertian yang baku terhadap transaksi *e-commerce*. Berdasarkan pengertian kamus bahasa, dapat diartikan bahwa *e-commerce* atau *electronic commerce* atau e-dagang atau perdagangan elektronik adalah perdagangan yang dilakukan secara elektronik (Tim Penyusun Kamus Bahasa Indonesia, 2002). Kalakota dan Whinston mendefinisikan *e-commerce* dari aspek sosio ekonomi, yaitu sebuah metodologi bisnis modern yang berupaya memenuhi kebutuhan organisasi-organisasi, para pedagang dan konsumen untuk mengurangi biaya, meningkatkan kualitas barang dan jasa serta meningkatkan kecepatan jasa layanan pengantaran barang.¹³ Sedangkan pengertian *e-commerce* menurut Amir Hartman sebagaimana dikutip oleh Richardus Eko Indrajit (2011) didefinisikan sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi maupun antar institusi dan konsumen langsung.¹⁴ Dapat disimpulkan secara umum bahwa *e-commerce* adalah suatu cara dalam melakukan transaksi jual beli atau perdagangan dengan menggunakan fasilitas elektronik, yang secara umum dengan menggunakan internet sebagai media penghubung dalam berkomunikasi untuk melakukan transaksi.¹⁵

¹⁰ Syamsudin, Muhammad & Luthan, Salman, "*Mahir Menulis Studi Kasus Hukum*", Edisi Pertama, Prenadamedia Group, Jakarta, 2018. Hal 14-15

¹¹ Data sekunder (dalam penelitian hukum disebut bahan hukum primer) merupakan data yang telah dalam keadaan siap pakai, bentuk dan isinya telah disusun peneliti terdahulu dan dapat diperoleh melalui instansi-instansi tertentu, misalnya Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Konvensi Internasional, Putusan Pengadilan (Yurisprudensi), dokumen-dokumen resmi, data statistik, dan sebagainya. Dapat dilihat dari: Saefullah Wiradiprja, *Op.Cit.* Hal 43

¹² Iqbal, Muhamad. "EFEKTIFITAS HUKUM DAN UPAYA MENANGKAL HOAX SEBAGAI KONSEKUESNI NEGATIF PERKEMBANGAN INTERKASI MANUSIA." *Literasi Hukum* 3.2 (2019): 1-9.

¹³ Purwanto, K. MENGAJAK MAHASISWA BELAJAR BERBISNIS DAN MENGAMBIL PELAJARAN DARI THE STARBUCKS EXPERIENCE.

¹⁴ Sya'bani, *Op.Cit.*

¹⁵ Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., ... & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 mencapai 88 juta orang dengan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sebesar 34,9% (Pusat Kajian Komunikasi UI, 2014).¹⁶ Jumlah tersebut mendudukkan Indonesia pada peringkat ke-6 sebagai pengguna internet terbesar di dunia. Lembaga Riset Pasar *e-Marketer* memprediksi jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 akan mencapai 112 juta orang (kominfo, 2014).¹⁷ Saat ini pergerakan peningkatan penggunaan internet di Indonesia memang belum merata dan baru terpusat di pulau Jawa dengan prosentase sebesar 43% dan Bali dengan prosentase sebesar 42% (DBS Asia Insight, 2015). Apabila pertumbuhan teknologi digital bergerak semakin ke dalam dan semakin meluasnya penggunaan teknologi digital maka akan terasa dampaknya pada dunia bisnis (Kominfo, 2015). DBS Group Research dalam laporannya pada tahun 2015 berjudul *E-commerce in Asia: Bracing for Digital Disruption* menyebutkan, pada tahun 2014 penjualan *online* Indonesia mencapai US\$ 1,1 Miliar. Mayoritas jenis *e-commerce* yang diperdagangkan adalah penjualan *retail online*, *media entertainment* (buku, *video game*, dll), perangkat elektronik, pakaian, dan jasa pariwisata (DBS Asia Insight, 2015).¹⁸ Menteri Komunikasi dan Informasi memperkirakan nilai transaksi *e-commerce* tahun 2015 sebesar US\$ 3,56 Miliar dan tahun 2016 akan naik menjadi sebesar US\$ 4,89 Miliar (money.id, 2016).¹⁹ Pasar *e-commerce* Indonesia memang berpeluang untuk tumbuh semakin besar, mengingat dari total perdagangan retail yang menjadi jenis transaksi *e-commerce* terbesar di Indonesia baru menyumbang 0,07%, sementara jumlah penduduk dan tingkat Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan yang terbesar di ASEAN. Euromonitor memperkirakan rata-rata pertumbuhan tahunan (CAR) penjualan online Indonesia selama 2014-2017 sebesar 38%.²⁰ Saat ini mayoritas konsentrasi penjualan *online* di Indonesia terdapat di kota besar Jakarta dan sekitarnya.²¹ Tingginya konsentrasi perdagangan *e-commerce* dapat dilihat dari prosentase pengiriman barang transaksi *e-commerce* oleh salah satu jasa pengiriman terbesar di Indonesia yang mencatatkan sebanyak 60% pengiriman transaksi *e-commerce* di Jakarta (DBS Asia Insight, 2015). Namun dengan potensi yang cukup besar tersebut, tingkat kepatuhan terhadap pembayaran pajaknya masih terbilang cukup rendah. Menurut Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), mayoritas transaksi *e-commerce* tidak membayar pajak meskipun nilai transaksinya rata-rata pertahun mencapai 100 triliun rupiah (antaranews.com, 2014). Survey dari Direktorat Jenderal Pajak tahun 2014 menunjukkan masih rendahnya tingkat kepatuhan pengusaha *e-commerce* terhadap kewajiban perpajakan. Dari 1.600 sampling pelaku *e-commerce*, 600 diantaranya belum teridentifikasi sementara 1000 diantaranya sudah teridentifikasi sebagai pelaku *e-commerce*.²² Setidaknya terdapat 620 dari 1000 pelaku *e-commerce* tersebut yang telah memiliki NPWP. Pemilik NPWP tersebut sebagian besar telah melapor meskipun tidak mengetahui apakah yang dilaporkannya sudah sesuai dengan fakta yang terjadi pada saat transaksi atau tidak (Ditjen Pajak, 2014). Masih rendahnya kepatuhan pajak *e-commerce* tidak dapat dilihat sebagai permasalahan yang terpisah dari permasalahan kepatuhan pajak pada umumnya di Indonesia yang masih rendah.²³ Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mencatatkan hingga tahun 2015, Wajib Pajak (WP) yang terdaftar baru mencapai 30.044.103 WP, yang terdiri atas 2.472.632 WP Badan, 5.239.385 WP Orang Pribadi (OP) Non Karyawan, dan 22.332.086 WP OP Karyawan. Sementara menurut data Badan Pusat Statistik (BPS),

¹⁶ Indonesia, P. K. K. U. (2014). Asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia, 2015. Profil Pengguna Internet Indonesia.

¹⁷ Kamsa, G., & Adidarma, W. (2017). Perilaku Konsumen Jasa Reservasi Online Untuk Pembelian Tiket Pesawat Di Indonesia.

¹⁸ Sya'bani, Op.Cit.

¹⁹ Dzulkifli, M., Awalina, K. R., & Kamal, M. (2019). Persepsi Pengguna terhadap Situs Digital Marketplace Desa Wisata Villageria. com. Proceeding Semnas Pariwisata, 69.

²⁰ Meutia, I. F. PEMETAAN STRATEGIS POTENSI PROVINSI LAMPUNG DALAM RANGKA MENGHADAPI IMTGT 2020.

²¹ Iqbal, Muhamad. "Perkembangan Kejahatan Dalam Upaya Penegakan Hukum Pidana: Penanggulangan Kejahatan Profesional Perdagangan Organ Tubuh Manusia." PROCEEDINGS HUMANIS UNIVERSITAS PAMULANG 2.1 (2017).

²² Sitorus, R. R., & Kopong, Y. (2017). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP JUMLAH PAJAK YANG DISETOR DENGAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Media Akuntansi Perpajakan, 2(2), 40-56.

²³ Lubis, M. R. (2017). Kebijakan Pengaturan Pajak Penghasilan Dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi E-Commerce.

hingga tahun 2013, jumlah penduduk Indonesia yang bekerja mencapai 93,72 juta orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa baru sekitar 29,4% dari total jumlah Orang Pribadi Pekerja dan berpenghasilan di Indonesia yang mendaftarkan diri atau terdaftar sebagai WP. Selanjutnya BPS juga mencatatkan bahwa hingga tahun 2013, telah beroperasi 23.941 perusahaan Industri Besar Sedang, 531.351 perusahaan Industri Kecil, dan 2.887.015 perusahaan Industri Mikro di Indonesia (Pajak.go.id, 2016). Dari data tersebut, belum semua perusahaan terdaftar sebagai WP Badan. Dalam kaitannya dengan potensi pajak *e-commerce*, DJP perlu memperdalam potensi transaksi bisnis *e-commerce* baik yang dilakukan oleh WP Badan yang sudah terdaftar maupun subjek pajak yang telah menjalankan usaha *e-commerce* tetapi belum mendaftarkan usaha dan kewajiban perpajakannya.²⁴ Dengan mengingat bahwa kebanyakan transaksi *e-commerce* dilakukan tanpa kertas dan hanya melalui media elektronik, diperlukan pemahaman petugas pajak mengenai bisnis proses *e-commerce* dan kesiapan dalam mencari data dan informasi transaksi elektronik tersebut.

Dalam SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* yang dikeluarkan oleh Direktorat jendral Pajak, pada prinsipnya tidak ada jenis pajak baru untuk mengakomodir jual beli melalui *e-commerce*, tetapi hanya menerapkan aturan yang sudah ada. Dengan kata lain, aktivitas bisnis *e-commerce* mendapatkan perlakuan perpajakan yang sama dengan perdagangan biasa. Penghasilan yang diterima oleh penyedia barang dan/atau jasa pada transaksi *e-commerce* merupakan objek PPh sesuai Pasal 4 Ayat (1) Huruf 4 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta termasuk: keuntungan karena pengalihan harta berupa hibah, bantuan, atau sumbangan, kecuali yang diberikan kepada keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat dan badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan, koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan Peraturan Menteri Keuangan, sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang bersangkutan.²⁵

Atas penghasilan yang merupakan objek pemotongan/ pemungutan PPh wajib dipotong/ dipungut oleh pemberi penghasilan dalam hal pemberi penghasilan merupakan Wajib Pajak Badan atau Wajib Pajak Orang Pribadi yang ditunjuk sebagai pemotong/pemungut PPh. Ketentuan ini kembali ditegaskan dalam SE-06/PJ/2015 Tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi *E-Commerce* yang memberikan acuan dalam rangka pemotongan dan/atau pemungutan PPh atas transaksi *e-commerce* agar terdapat keseragaman dalam pelaksanaannya. Dengan demikian, secara umum para pelaku usaha *e-commerce* juga mempunyai kewajiban perpajakan mulai dari pendaftaran, penghitungan, pembayaran, dan pelaporan sebagaimana yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan.²⁶

Salah satu tantangan pajak *e-commerce* adalah tuntutan perlakuan adil dalam pengenaan pajak terhadap perusahaan asing atau perusahaan multinasional yang bertindak sebagai penyedia jasa *Over the Top* (OTT). Layanan OTT merupakan layanan dengan konten berupa data, informasi atau multimedia yang berjalan melalui jaringan internet. Layanan OTT dianggap menumpang karena sifatnya yang beroperasi di atas jaringan internet milik sebuah operator telekomunikasi. Pada umumnya OTT tidak memiliki bentuk kerjasama resmi dengan para penyelenggara telekomunikasi (AboutTech, 2016). Beberapa contoh perusahaan yang beroperasi sebagai OTT yaitu Google, Facebook, Twitter, Youtube, dan Whatsapp. Cara kerja OTT dalam mendapatkan penghasilan salah satunya bisa dilihat dari layanan Google AdSense²⁷ yang memberikan perhitungan berdasarkan jumlah

²⁴ Iqbal, Muhamad, Susanto Susanto, and Moh Sutoro. "E-COURT DALAM TANTANGAN MENEKAN POTENSI KORUPSI DI PENGADILAN." PROCEEDINGS. Vol. 1. No. 1. 2020.

²⁵ Iqbal, Muhamad. "EFEKTIFITAS HUKUM DAN UPAYA MENANGKAL HOAX SEBAGAI KONSEKUESNI NEGATIF PERKEMBANGAN INTERKASI MANUSIA." Literasi Hukum 3.2 (2019): 1-9.

²⁶ Iqbal, Muhamad Iqbal, Susanto Susanto, and Moh Sutoro. "Functionalization of E-Court System in Eradicating Judicial Corruption at The Level of Administrative Management." Jurnal Dinamika Hukum 19.2 (2019): 370-388.

²⁷ Google AdSense merupakan layanan iklan yang dapat membuat situs baik situs pribadi seperti blog, situs portofolio karya, situs komunikasi dll sebagai media yang berprospek untuk dipasang iklan melalui layanan fasilitas AdSense. Google akan memberikan pendapatan kepada pemilik situs tersebut yang bersedia memajang iklannya. Dengan kata lain, pemilik situs mendapatkan

“klik” pengunjung per harinya Semakin banyak yang berkunjung untuk membaca artikel maka secara otomatis dianggap juga telah melakukan akses terhadap iklan yang dipajang pada laman tersebut, sehingga semakin besar pendapatan yang diberikan Google terhadap pengguna jasa iklan tersebut. Selain Google, sosial media seperti Facebook juga memberikan pendapatan dari pemasangan iklan di laman sebuah akun apabila jumlah pengikut/*followers* dari akun tersebut telah melewati jumlah pengikut yang telah ditetapkan (selular.id, 2014). Meskipun OTT tersebut di atas memperoleh penghasilan dari pasar Indonesia, sampai saat ini Google misalnya, hanya membayar pajak penghasilan Pasal 21 dan 23 yang ditanggung oleh karyawan dan bukan merupakan pajak perusahaan (Katadata.co.id, 2016). Permasalahan yang sering mengemuka adalah mengenai siapa yang berwenang untuk memungut pajak perusahaan multinasional dalam bisnis OTT? hal ini berkaitan dengan penentuan bentuk usaha tetap/permanent *establishment* atas suatu situs. Oleh karena sifat layanan *e-commerce* yang dapat menyebabkan suatu perusahaan melakukan kegiatan secara global, suatu OTT dapat saja beroperasi di suatu negara tanpa adanya perantara atau kantor perwakilan. Dalam bisnis *e-commerce*, misalnya seperti Uber, penghasilan didapat semata-mata dari negara domisili meskipun pengguna jasa yang membayar penghasilan itu seluruhnya dari negara sumber. Server yang berfungsi sebagai syarat keberadaan BUT dapat ditempatkan dimana saja, bahkan lintas negara dan lazimnya lokasi server tidak dipublikasikan karena tidak terlalu penting dalam transaksi bisnis.

Bahwa perangkat hukum peraturan perundang-undangan yang berlaku bagi aktivitas *e-commerce* masih terbatas. Payung hukum transaksi *e-commerce* diatur dalam kerangka hukum Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengatur aspek-aspek teknis dari transaksi elektronik tersebut, namun Undang-Undang tersebut belum mengatur aspek-aspek perkembangan transaksi dari sisi ekonomi dan perdagangan. Aturan mengenai *e-commerce* yang menyangkut aspek ekonomi secara umum terdapat pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Undang-Undang Perdagangan). Sementara itu, sebagai amanat dari Undang-Undang Perdagangan, akan dibuat aturan pelaksanaan dari Undang-Undang yang sampai saat ini masih disusun yaitu RPP tentang Perdagangan Elektronik yang akan mengatur 1) praktik bisnis yang adil, 2) aksesibilitas dan disaksesibilitas, 3) periklanan dan pemasaran, 4) pengungkapan identitas bisnis dan lokasi, 5) pengungkapan mekanisme kontrak, 6) implementasi mekanisme dari kesepakatan kontrak, 7) aplikasi prinsip kerahasiaan, 8) mekanisme pembayaran, 9) mekanisme keamanan dan autentifikasi, 10) resolusi konflik eksternal, dan 11) aplikasi kerangka hukum dan konsensus (Direktorat Bina Usaha Perdagangan Ditjen Perdagangan dalam Negeri, 2011).²⁸ Sebagai tambahan, di level kementerian, Kementerian Komunikasi dan Informasi telah menerbitkan surat edaran yang dipersiapkan sebelum penerbitan peraturan perundang-undangan dan Kementerian Perhubungan telah menerbitkan peraturan terkait yang mengatur teknis perusahaan/penyedia aplikasi berbasis teknologi informasi yang memfasilitasi dalam pemberian pelayanan angkutan orang.

Selanjutnya, pada tahun 2016 pemerintah dengan *lead* sektor Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, telah memutuskan road map *e-commerce* yang menjadi panduan dalam menentukan kebijakan *e-commerce* masing-masing sektor. Isu strategis *road map e-commerce* yang terkait dengan pajak menekankan perlunya penyederhanaan kewajiban perpajakan atau tata cara perpajakan bagi pelaku startup e-dagang, pemberian insentif pajak bagi investor e-dagang, insentif pajak bagi startup e-dagang, dan persamaan perlakuan perpajakan berupa kewajiban untuk mendaftarkan diri termasuk pelaku usaha asing. Selain itu, terdapat beberapa isu strategis *road map e-commerce* yang bila dimanfaatkan dengan baik arah kebijakannya kedepan bisa di sinergikan dengan kepentingan perpajakan *e-commerce*.²⁹

penghasilan berupa uang sewa untuk area situs yang dipasang iklan dari layanan Google AdSense. Selain dengan metode pembayaran cost-per-click (CPC), model bisnis advertisement e-commerce mengenal metode pembayaran cost-per-mile (CPM) dan cost-per-action (CPA). Penjelasan lebih lanjut, lihat OECD. (2014). Public Discussion Draft BEPS Action 1: Address the Tax Challenges of the Digital Economy 24 March 2014-14 April 2014. OECD Publishing. Hal 29

²⁸ Sya'bani, Op.Cit.

²⁹ Isra Ari Vani, I. (2016). TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERDAGANGAN JASA DALAM RANGKA MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015 DAN IMPLIKASINYA TERHADAP HUKUM PERDAGANGAN DI INDONESIA (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Salah satu resiko yang menjadi beban konsumen dalam transaksi *e-commerce* berkaitan dengan pembayaran, misalnya pembayaran melalui pengisian kartu kredit di dalam suatu jaringan publik seperti internet dapat membuka risiko kecurangan pencurian data yang dapat berakibat kepada perbuatan melawan hukum perdata maupun pidana.³⁰ Oleh karenanya salah satu isu yang menjadi fokus *road map e-commerce* adalah perlindungan konsumen yang memfokuskan pada pentingnya membangun kepercayaan konsumen melalui regulasi, perlindungan terhadap pelaku industri, dan pengembangan *National Payment Gateway* secara bertahap yang dapat meningkatkan layanan pembayaran ritel elektronik (termasuk e-dagang) (kominfo, 2016). Pemerintah juga menekankan perlunya peningkatan kesadaran pedagang *online* dan publik terhadap kejahatan dunia maya dan pelaku tentang pentingnya keamanan transaksi elektronik (kominfo, 2016). Rencana pembangunan *National Payment Gateway* mempunyai irisan kepentingan dengan perpajakan *e-commerce*. Apabila *National Payment Gateway* dilaksanakan maka diharapkan akan mempermudah akses data dan informasi terjadinya transaksi *e-commerce* untuk kepentingan perpajakan.³¹ Terlebih rencana pertukaran informasi di bidang perpajakan atau yang disebut AEoI akan diberlakukan pada akhir tahun 2017 dan paling lambat tahun 2018 (kemenkeu, 2016). Konsekuensi dari AEoI ini adalah terbukanya data transaksi keuangan milik lembaga keuangan baik non-bank maupun perbankan yang selama ini menganut prinsip kerahasiaan (OECD, 2012). Dalam menghadapi persiapan AEoI setidaknya dua undang-undang yakni Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan (UU Perbankan) dan UU PPh direncanakan akan direvisi (hukum online, 2016). Revisi Pasal 40 UU Perbankan yang mengatur tentang kewajiban bank dalam merahasiakan keterangan mengenai nasabah penyimpan dan simpanannya akan membuka ruang validasi bagi otoritas pajak dalam meminta keterbukaan informasi dan revisi terhadap tarif PPh dalam UU PPh diperlukan untuk memberikan insentif bagi wajib pajak khususnya badan agar lebih kompetitif dengan negara lain. Aspek pengaturan *e-commerce* lainnya yang menyangkut sektor jasa keuangan akan diatur dalam RPP Perdagangan Elektronis. Berkaitan dengan sentralisasi pengawasan sistem pembayaran dan dalam rangka menghadapi tantangan administrasi pemungutan pajak *e-commerce*, pengenaan *withholding tax* oleh penyedia jasa keuangan sebagai pihak ketiga menjadi pilihan alternatif dengan mempertimbangkan pembayaran transaksi yang pada umumnya dilakukan melalui kartu kredit atau jasa perbankan lainnya, pengawasan transaksi keuangan oleh penyedia jasa keuangan, dan dan rencana integrasi sistem pembayaran nasional (OECD, 2014).

Berdasarkan Naskah Akademik yang dirilis Kementerian Perdagangan pada tahun 2011, setiap transaksi *e-commerce* akan diwajibkan untuk menggunakan kontrak elektronik. Mengacu pada ketentuan mengenai perlindungan konsumen dalam UU Perdagangan Elektronik, penerapan kewajiban kontrak elektronik dalam transaksi elektronik akan dilaksanakan untuk melindungi konsumen dari praktek kecurangan dan sebagai alat bukti apabila terjadi sengketa antara konsumen dengan penjual. Kewajiban menyediakan kontrak elektronik diterapkan dengan penyediaan formulir pembelian yang berisi informasi lengkap,³² dengan contoh gambar, model, ukuran dan segala informasi yang diperlukan mengenai produknya termasuk harga, ongkos kirim dan cara pembayaran pada situs web pelaku usaha *e-commerce* yang menawarkan produk di *website* tersebut. Persyaratan formulir pembelian tersebut menyesuaikan dengan ketentuan Pasal 65 Undang-Undang Perdagangan yang mewajibkan pelaku usaha untuk menyediakan data/dan atau informasi secara lengkap dan benar. Apabila calon pembeli tertarik untuk membeli produk tersebut,³³ maka Ia harus mengisi formulir dan menginformasikan nomor kartu pembayaran dan kemudian mengirimkannya dengan perintah eksekusi yang disediakan. Jika kewajiban penerapan kontrak elektronik diterapkan, otoritas perpajakan dapat memanfaatkan akses dokumen ini untuk kepentingan hal administratif dan pemeriksaan transaksi *e-commerce* yang dilakukan pengusaha *e-commerce*. Hal administrative pada transaksi *e-commerce* bisa

³⁰ Siregar, O. Tinjauan Yuridis Mengenai Asuransi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet (E-Commerce) Dalam Perspektif Hukum Perdata Indonesia.

³¹ Sinaga, D. S., & Rivani, E. (2020). PELUANG DAN TANTANGAN DALAM KEBIJAKAN PEMUNGUTAN PAJAK DAN PENETAPAN TARIF KEPABEANAN E-COMMERCE. *Kajian*, 23(1), 1-16.

³² Darusman, Yoyon M., et al. "Sosialisasi undang-undang perlindungan anak dan kdrt kelurahan pulau panggang kabupaten kepulauan seribu." *Jurnal Lokabmas Kreatif 1.1* (2020): 76-82.

³³ Lesmana, Rosa, et al. "Manajemen Alokasi Dana Desa dalam Upaya dan Strategi Mewujudkan Desa Sejahtera Mandiri di Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat." *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis 1.1* (2019).

dilakukan dengan melihat data kontrak elektronik (digital document). Kontrak elektronik tersebut mempunyai legalitas yang sama dengan kontrak diatas kertas apabila telah memenuhi ketentuan Pasal 1320 KUHP, yang mengatur syarat sah terjadinya suatu perjanjian.³⁴ Legalitas kontrak elektronik sebagai alat bukti yang sah telah pula ditegaskan dalam ketentuan Pasal 18 Undang-Undang ITE yang menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Undang-Undang ITE menempatkan kedudukan kontrak elektronik menjadi semakin jelas yaitu sama dengan kontrak biasa. Untuk kepentingan perpajakan, kesepakatan melalui kontrak elektronik dapat dijadikan: a. alternatif dalam menetapkan definisi waktu pengakuan penyerahan barang/jasa kena pajak secara elektronik (selain melalui waktu penyelesaian pembayaran diantara kedua belah pihak); dan b. salah satu bukti dokumen elektronik untuk pembuktian aliran kas dan barang dalam penyusunan pembukuan perpajakan dan pelaporan perpajakan. Masalah administrasi perpajakan juga terkait dengan pemotongan PPN terutama untuk barang atau jasa yang suppliernya berada di luar negeri. Kewajiban pendaftaran dan pengadministrasian kewajiban PPN oleh penyedia jasa digital baik dalam maupun luar negeri perlu dipertimbangkan dengan syarat-syarat tertentu (OECD, 2014). Untuk mengurangi ongkos administrasi yang harus ditanggung pelaku usaha, persyaratan pendaftaran ini bisa ditetapkan berdasarkan batas nilai transaksi. Pendaftaran ini bisa diintegrasikan dengan rencana sertifikasi bagi pelaku usaha pada perdagangan elektronik yang akan dituangkan dalam RPP Perdagangan Elektronik. Saat ini sertifikasi tersebut telah diatur dalam hukum positif lain yakni di UU ITE, namun pengaturannya menitikberatkan pada aspek teknis operasional dan belum menyentuh aspek ekonomi.³⁵ Seandainya pun sertifikasi ini nantinya hanya mencakup aspek teknis operasional dan ekonomi, kepentingan perpajakan bisa menginduk RPP dan kemudian diatur lebih lanjut secara teknis dalam peraturan setingkat menteri yang berbentuk koordinasi (Surat Keputusan Bersama). Mengingat mekanisme pendaftaran tergantung dari tingkat kepatuhan pengusaha *e-commerce* asing maka diperlukan insentif bagi pelaku *e-commerce* yang bersedia mendaftarkan usahanya, misalnya dengan memberikan kepastian hukum di Indonesia dan melaksanakan sertifikasi serta pendaftaran (Direktorat Bina Usaha Perdagangan-Ditjen Perdagangan dalam Negeri, 2011).

Aturan perpajakan bagi industri e-commerce setelah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja

Bahwa pada tanggal 02 November 2020 pemerintah Indonesia memutuskan untuk memberikan aturan hukum secara sederhana bagi berbagai sektor yang salah satunya adalah sektor perpajakan yaitu penerapan pajak *e-commerce* bagi pelaku usaha didalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja dibuat oleh pemerintah dengan tujuan untuk memberikan penyerdehanaan sistem hukum bagi masyarakat dalam mendapatkan pelayanan optimal dari pemerintah.³⁶

Pasal 111 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja dalam industri *e-commerce* adalah aturan hukum yang dibuat untuk memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan sistem usahanya secara *online* bagi pelaku usaha didalam wilayah teritorial Indonesia maupun diluar teritorial Indonesia. salah satu aturan hukum yang dibuat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja mengenai perpajakan industri *e-commerce* ³⁷ adalah tarif pajak penghasilan (PPh) badan yang saat ini faktanya mengalami penurunan dari 25 % menjadi 22 % pada 2021-2022 dan 20% pada periode 2023 sampai seterusnya. Pemerintah

³⁴ Kesepakatan kedua belah pihak, Kecakapan, Kausa yang halal, dan hal tertentu yang diperjanjikan

³⁵ Dalam draft RPP Perdagangan Elektronik yang termuat dalam Naskah Akademis RPP Perdagangan Elektronik tahun 2011 dari Kementerian Perdagangan, rencana aspek pengaturan yang akan dimuat dalam ketentuan mengenai sertifikasi keandalan diantaranya terkait kemampuan ekonomi, solvabilitas dan rekomendasi dari perbankan dan/atau laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor eksternal yang menunjukkan kemampuan ekonomi pelaku usaha.

³⁶ SUSANTO, SUSANTO. "HARMONISASI HUKUM MAKNA KEUANGAN NEGARA DAN KEKAYAAN NEGARA YANG DIPISAHKAN PADA BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN) PERSERO." PROCEEDINGS. Vol. 2. No. 1. 2017.

³⁷ Susanto, Susanto, and Idhan Halim. "PENGARUH HUMAN RELATION DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. KOMPAS GRAMEDIA CABANG KARAWACI." PROCEEDINGS. Vol. 1. No. 1. 2020.

melalui kebijakannya juga akan menurunkan pajak badan yang melakukan *go public* dengan pengurangan tarif PPh 3 % lagi dibawah tarif.

Bahwa kemudian pemerintah menentukan aturan hukum akan penurunan tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan bunga dari dalam negeri yang selama ini diterima oleh subjek pajak luar negeri yang dapat diturunkan lebih rendah dari tarif pajak 20 % yang selama ini berlaku.

Bahwa di dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja ini terhadap pengenaan pajak transaksi melalui media elektronik, pemerintah akan mengatur regulasi perusahaan pemilik *platform e-commerce* sebagai pemungut PPN dari konsumennya. Serta mengenakan pajak penghasilan subjek pajak luar negeri (SPLN) terkait transaksi elektronik di Indonesia dengan perluasan kriteria Bentuk Usaha Tetap (BUT). Ketentuan hukum ini bertujuan agar perusahaan yang berkedudukan di luar negeri tetap diwajibkan membayar pajak penghasilan meski tidak memiliki kantor fisik di Indonesia. sebab penghasilan mereka jelas berasal dari konsumen di Indonesia.

Pembentukan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yang berkaitan dengan bidang perdagangan digital ini bertujuan menciptakan keadilan iklim berusaha di dalam negeri, serta mencegah kebocoran PPN dan Pajak Penghasilan dari dalam negeri.

Bahwa Pasal 5 Ayat (1) OECD Model menggantungkan definisi BUT pada keberadaan lokasi fisik substansial dari suatu aktivitas bisnis.³⁸ Di dalamnya, klasifikasi PE termasuk :”a. *A place of management*, b. *A branch*, c. *An office*, d. *A factory*, e. *A workshop*, and f. *A mine, an oil or gas well, a quarry or any other place of extraction of natural resources.*”³⁹

Dengan pengaruh ekonomi digital yang semakin meluas pada hampir semua model bisnis, diperlukan pergeseran sudut pandang terhadap pengenaan pajak dan perubahan kebijakan perpajakan internasional yang ditekankan pada atribusi hak pengenaan pajak pada negara tempat barang atau jasa digital tersebut dipasarkan (*market country*) dan seberapa substansial kuantitas konsumsi barang dan/atau jasa digital yang dikonsumsi di negara dimana barang dan/atau jasa tersebut di pasarkan (Pierre, et al, 2013). Faktor penentunya bisa dilihat dari arus pembayaran yang bersifat substansial dari suatu negara pasar barang dan/atau jasa tersebut diperdagangkan, jumlah komunikasi elektronik dan kontrak digital baik yang terkait dengan transaksi langsung dengan konsumen melalui standar kontrak digital yang diakses konsumen maupun kontrak penyediaan. Selain menjadi parameter dalam menentukan ada tidaknya subjek pajak, penentuan BUT terutama jenis BUT yang dibentuk oleh Subjek Pajak akan mempengaruhi kategori penghasilan yang diterima BUT.⁴⁰ Penghasilan dari berbagai macam aktivitas *e-commerce* diklasifikasi untuk menentukan apakah suatu penghasilan yang timbul dinyatakan sebagai jasa atau royalti atau kategori lainnya. Bahwa dengan adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yang menyangkut mengenai perpajakan dalam industri *e-Commerce* maka peluang para pelaku usaha yang hanya akan mengutungkan diri sendiri tetapi merugikan Negara akan menjadi terhapuskan, sehingga keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia menjadi benar-benar terwujud dengan adanya regulasi aturan yang jelas, pasti, dan mengikat. pelaku usaha menjadi tidak sewenang-wenang dan/atau menyalahgunakan usahanya untuk meraup keuntungan tanpa membayar pajak kepada Negara,⁴¹ tetapi menjadi lebih taat hukum dan menghargai negaranya sebagai warga Negara yang mengetahui dan mentaati hukum. oleh karenanya, sangatlah tepat jika sektor industri *e-commerce* saat ini mendapatkan perhatian yang serius dari pemerintah untuk diatur secara jelas dengan regulasi hukum yang tepat dan efektif, sehingga perekonomian dan potensi pertumbuhan pendapatan keuangan Negara dari pajak menjadi bertumbuh dan/atau meningkat dengan tepat dan benar karena adanya keseimbangan pertumbuhan dalam sektor perpajakan khususnya *e-commerce* yang saat ini terus menerus mengalami pembaharuan teknologi dan inovasi yang membuat masyarakat menjadi terpikat untuk melakukan pembelajaran secara *online* dibandingkan belanja secara langsung.

PENUTUP

³⁸ Lihat Pasal 5 Ayat (1) OECD Permanent Establishment (PE) sebagai “a fixed place of business through which the business of an enterprise is wholly or partly carried on”.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Susanto, S., et al. "Pengantar Hukum Bisnis." (2019).

⁴¹ Indriani, Iin. "PENGARUH PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN NASIONAL SEBAGAI ASPEK PENGUBAH HUKUM DARI SEGI EKONOMI." RECHTSREGEL Jurnal Ilmu Hukum 2.1 (2019).

Kesimpulan

Memperhatikan hasil pembahasan sebagaimana yang penulis sampaikan dalam perumusan masalah terhadap jurnal ilmiah dengan judul “PENGENAAN PAJAK *E-COMMERCE* PASCA DIUNDANGKANNYA UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2020 TENTANG CIPTA KERJA, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* sebelum adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yaitu ditegaskan oleh otoritas perpajakan melalui Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan bahwa perlakuan pajak baik itu melalui transaksi *e-commerce* maupun transaksi secara konvensional adalah sama, yaitu dengan menggunakan pengaturan pajak yang telah ada (*eksisting*). Namun secara nyata dalam beberapa kondisi transaksi melalui *e-commerce* mampu menembus batas geografis antar negara dalam melakukan transaksi jual beli barang dan/atau jasa yang berformat digital sehingga mudah di akses dan tanpa sadar melewati batas pengawasan secara regulasi yang ada. Dalam situasi tersebut, pengenaan pajak *e-commerce* menemukan tantangan-tantangan yang nyata pula sehingga dibutuhkan pengaturan/ regulasi yang khusus untuk mengakomodir transaksi *e-commerce* dalam hal-hal yang tidak dapat dijangkau saat ketika transaksi jual beli dilakukan secara konvensional. Dalam SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* yang dikeluarkan oleh Direktorat jendral Pajak, pada prinsipnya tidak ada jenis pajak baru untuk mengakomodir jual beli melalui *e-commerce*, tetapi hanya menerapkan aturan yang sudah ada. Dengan kata lain, aktivitas bisnis *e-commerce* mendapatkan perlakuan perpajakan yang sama dengan perdagangan biasa.
- b. Aturan perpajakan bagi industri *e-commerce* setelah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, bahwa Pasal 111 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja dalam industri *e-commerce* adalah aturan hukum yang dibuat untuk memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan sistem usahanya secara *online* bagi pelaku usaha didalam wilayah teritorial Indonesia maupun diluar teritorial Indonesia. salah satu aturan hukum yang dibuat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja mengenai perpajakan industri *e-commerce* adalah tarif pajak penghasilan (PPh) badan yang saat ini faktanya mengalami penurunan dari 25 % menjadi 22 % pada 2021-2022 dan 20% pada periode 2023 sampai seterusnya. Pemerintah melalui kebijakannya juga akan menurunkan pajak badan yang melakukan *go public* dengan pengurangan tarif PPh 3 % lagi dibawah tarif. Serta mengenakan pajak penghasilan subjek pajak luar negeri (SPLN) terkait transaksi elektronik di Indonesia dengan perluasan kriteria Bentuk Usaha Tetap (BUT). Ketentuan hukum ini bertujuan agar perusahaan yang berkedudukan di luar negeri tetap diwajibkan membayar pajak penghasilan meski tidak memiliki kantor fisik di Indonesia. sebab penghasilan mereka jelas berasal dari konsumen di Indonesia. Pembentukan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yang berkaitan dengan bidang perdagangan digital ini bertujuan menciptakan keadilan iklim berusaha di dalam negeri, serta mencegah kebocoran PPN dan Pajak Penghasilan dari dalam negeri.

Saran

Dari kesimpulan yang disampaikan diatas terhadap hasil penelitian mengenai PENGENAAN PAJAK *E-COMMERCE* PASCA DIUNDANGKANNYA UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2020 TENTANG CIPTA KERJA dapat disampaikan beberapa saran sebagai bahan perbaikan dan perkembangan ilmu hukum khususnya mengenai perpajakan, sebagai berikut:

- a. Kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia karena fungsinya sebagai Lembaga Legislatif yang merupakan badan deliberatif pemerintah dengan kuasa untuk membuat Undang-Undang, izinkan penulis untuk dapat memberikan saran kepada Yang Terhormat Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) untuk cermat dalam melihat potensi ketidaksesuaian pengaturan antara peraturan yang ada dibandingkan dengan kebutuhan peraturan oleh masyarakat di tengah lapangan yang bersumber dari Undang-Undang yang merupakan produk yang dikeluarkan serta menjadi kewenangan dari badan legislatif terutama DPR RI, agar kemudian DPR RI dapat melakukan tindakan-tindakan strategis dengan segera melakukan revisi terhadap undang-undang yang bertentangan, kemudian terhadap kebutuhan peraturan di masyarakat termasuk peraturan yang berpotensi menimbulkan multopenafsiran di kalangan masyarakat luas.
- b. Selanjutnya dalam hal untuk melaksanakan revisi/perubahan terhadap Undang-Undang memerlukan banyak waktu yang panjang, penulis menyarankan kepada DPR RI untuk melakukan revisi/perubahan

pada bagian penjelasan di dalam Undang-Undang. Jika itu merupakan langkah yang strategis dalam memenuhi kebutuhan hukum di dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilianto, B., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh Bisnis E-Commerce dan Pemeriksaan Pajak terhadap Penerimaan Pajak (Studi Kasus Wajib Pajak Yang Terdaftar di KPP Kelapa Gading). *EkoPreneur*, 1(2), 156-168.
- Arianto, N. (2017). Ekstensifikasi Pajak dari Transaksi Perdagangan Online. terdapat dalam <https://www.kemenkeu.go.id/sites/default/files/EKSTENSIFIKASI%20PAJAK%20DARI%20TRANSAKSI%20ONLINE.pdf> Diakses terakhir tanggal, 17. Nabila, M., & Dhiya, A. (2020). Peran Automatic Exchange of Information (AEOI) sebagai Rezim Pajak Internasional dalam Upaya Menghindari Penggelapan Pajak di Indonesia (Doctoral dissertation).
- Budi, C. (2018). *Menyasar Pajak Transaksi e-Commerce*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan.
- Darusman, Yoyon M., et al. "Sosialisasi undang-undang perlindungan anak dan kdrk kelurahan pulau panggang kabupaten kepulauan seribu." *Jurnal Lokabmas Kreatif 1.1* (2020): 76-82.
- Dzulkifli, M., Awalina, K. R., & Kamal, M. (2019). Persepsi Pengguna terhadap Situs Digital Marketplace Desa Wisata Villageria. com. *Proceeding Semnas Pariwisata*, 69.
- F. Budi Kardiman, "Demokrasi Deliberatif", Kanisius, Yogyakarta, 2009. Hal 12
- Indonesia, P. K. K. U. (2014). *Asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia, 2015. Profil Pengguna Internet Indonesia*.
- Indriani, Iin. "PENGARUH PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN NASIONAL SEBAGAI ASPEK PENGUBAH HUKUM DARI SEGI EKONOMI." *RECHTSREGEL Jurnal Ilmu Hukum* 2.1 (2019).
- Iqbal, Muhamad Iqbal, Susanto Susanto, and Moh Sutoro. "Functionalization of E-Court System in Eradicating Judicial Corruption at The Level of Administrative Management." *Jurnal Dinamika Hukum* 19.2 (2019): 370-388.
- Iqbal, Muhamad, Susanto Susanto, and Moh Sutoro. "E-COURT DALAM TANTANGAN MENEKAN POTENSI KORUPSI DI PENGADILAN." *PROCEEDINGS*. Vol. 1. No. 1. 2020.
- Iqbal, Muhamad. "EFEKTIFITAS HUKUM DAN UPAYA MENANGKAL HOAX SEBAGAI KONSEKUESNI NEGATIF PERKEMBANGAN INTERKASI MANUSIA." *Literasi Hukum* 3.2 (2019): 1-9.
- Iqbal, Muhamad. "EFEKTIFITAS HUKUM DAN UPAYA MENANGKAL HOAX SEBAGAI KONSEKUESNI NEGATIF PERKEMBANGAN INTERKASI MANUSIA." *Literasi Hukum* 3.2 (2019): 1-9.
- Iqbal, Muhamad. "Implementasi Efektifitas Asas Oportunitas di Indonesia Dengan Landasan Kepentingan Umum." *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* 9.1 (2018): 87-100.
- Iqbal, Muhamad. "Perkembangan Kejahatan Dalam Upaya Penegakan Hukum Pidana: Penanggulangan Kejahatan Profesional Perdagangan Organ Tubuh Manusia." *PROCEEDINGS HUMANIS UNIVERSITAS PAMULANG* 2.1 (2017).
- Kamsa, G., & Adidarma, W. (2017). *Perilaku Konsumen Jasa Reservasi Online Untuk Pembelian Tiket Pesawat Di Indonesia*.
- Lesmana, Rosa, et al. "Manajemen Alokasi Dana Desa dalam Upaya dan Strategi Mewujudkan Desa Sejahtera Mandiri di Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran, Kab. Subang, Jawa Barat." *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis* 1.1 (2019).
- Lubis, M. R. (2017). *Kebijakan Pengaturan Pajak Penghasilan Dan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi E-Commerce*.
- Makalalag, L. (2016). *Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce)* (Doctoral dissertation, Tadulako University).
- Meutia, I. F. *PEMETAAN STRATEGIS POTENSI PROVINSI LAMPUNG DALAM RANGKA MENGHADAPI IMTGT 2020*.
- OECD. (2014). *Public Discussion Draft BEPS Action 1: Address the Tax Challenges of the Digital Economy* 24 March 2014-14 April 2014. OECD Publishing. Hal 29
- Prakoso, A., Wicaksono, G., Iswono, S., Puspita, Y., Bidhari, S. C., & Kusumaningrum, N. D. (2019). *Pengaruh Kesadaran dan Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*.

- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., ... & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis
- Saefullah Wiradipraja, "Penuntun Praktis Metode Penelitian dan Penulisan Karya Ilmiah Hukum", Cetakan Kedua, CV Keni Media, Bandung, 2016. Hal. 5
- Sakti, N. W. (2014). *Pajak E-Commerce, antara Hambatan dan Tantangan*. Jakarta: Inside Tax.
- SALIM, Z., ASTUTY, E. D., ERMAWATI, T., & SABILLA, K. PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN KEADILAN PAJAK DALAM BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA.
- Sari, R. P. (2018). Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce. *AKUNTABEL*, 15(1), 67-72.
- SE, S. E. N. 62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi.
- Setiawan, R. (2019). Perancangan Elektronik Marketplace Event Organizer. *Jurnal Algoritma*, 16(2), 247-254.
- Setyawan, Y. (2020). RANCANGAN UNDANG-UNDANG OMNIBUS LAW CIPTA KERJA DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 12 TAHUN 2011 TENTANG PEMBENTUKAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN. *Jurnal Ilmiah Hukum dan Keadilan*, 7(1), 150-164.
- Sitorus, R. R., & Kopong, Y. (2017). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP JUMLAH PAJAK YANG DISETOR DENGAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Media Akuntansi Perpajakan*, 2(2), 40-56.
- Susanto, S., et al. "Pengantar Hukum Bisnis." (2019).
- Susanto, Susanto, and Idhan Halim. "PENGARUH HUMAN RELATION DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. KOMPAS GRAMEDIA CABANG KARAWACI." *PROCEEDINGS*. Vol. 1. No. 1. 2020.
- SUSANTO, SUSANTO. "HARMONISASI HUKUM MAKNA KEUANGAN NEGARA DAN KEKAYAAN NEGARA YANG DIPISAHKAN PADA BADAN USAHA MILIK NEGARA (BUMN) PERSERO." *PROCEEDINGS*. Vol. 2. No. 1. 2017.
- Sya'bani, A. BAGIAN 1.2 REVIEW KETENTUAN PERPAJAKAN E-COMMERCE DI INDONESIA.
- Tampubolon, I. R. (2020). Gerbang Pembayaran Nasional (Gpn) sebagai Instrumen dalam Optimalisasi Penarikan Pajak Penghasilan (Pph) pada Transaksi E-commerce. *JHKK*, 3(1), 1-16.
- UTOMO, M., & Maharani, E. V. I. E. R. A. (2013). Transaksi E-Commerce Sebagai Potensi Penerimaan Pajak Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 2(1).
- Valentino, F., & Wairocana, I. G. N. (2019). Potensi perpajakan terhadap transaksi e-commerce di Indonesia. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 7(1), 1-15.
- Wicaksono, B. (2015). Meningkatkan Potensi Pajak Umkm Online Melalui Data E-Commerce.