

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi, banyak perubahan yang secara harus dihadapi oleh masyarakat, karena dampaknya yang terus mengalir oleh hal-hal baru dan tidak bisa dihindari. Semua bidang tidak ada yang luput oleh pengaruh-pengaruh dari globalisasi, salah satunya adalah perusahaan berbasis *online* atau biasa disebut dengan *e-commerce* yang saat ini memang sedang marak di Indonesia dan menjadi tren belanja masa kini bagi sebagian besar masyarakat, utamanya bagi para remaja dan pekerja muda yang sibuk. Sistem belanja yang ada di *e-commerce* dihubungkan melalui jaringan internet, tanpa bertatap muka antar penjual-pembeli memudahkan pola hidup masyarakat yang ingin cepat, tetapi tidak menyita waktu mereka yang sibuk. Proses belanja pun menjadi mudah dan tidak rumit, terlebih memperoleh produk yang diinginkan juga tidak terbatas oleh negara. Selain itu, proses pembayaran pun menjadi sangat mudah karena banyak perusahaan *financial technology (fintech)* yang bekerja sama dengan berbagai perusahaan yang bergerak di *e-commerce* dan juga perusahaan berbasis *offline*. Produk dari berbagai macam negara bisa didapatkan dengan mudah, hanya melalui transaksi *online*. Hal ini membuat banyak pedagang yang ingin memperluas bisnis mereka hingga ke *online shop*, selain memperluas target pasar, mereka juga tidak perlu selalu menghabiskan waktu untuk selalu bertatap muka dengan konsumen. Segala hal mengenai transaksi jual beli menjadi mudah hanya melalui *online*. Ada banyak *online marketplace* yang menaungi para pedagang untuk memperluas ruang lingkungannya.

Electronic commerce (e-commerce) merupakan usaha pemasaran barang dan/atau jasa menggunakan sistem elektronik dengan jaringan internet, seperti *website*. Di sini *e-commerce* mempunyai beberapa konten yang melibatkan data/sistem/manajemen secara otomatis. Sektor *e-commerce* menggunakan transaksi berupa transfer dana, pemasaran secara *online*, kegiatan jual beli, dan lain sebagainya. Efisiensi dan kecepatan bertransaksi di *e-commerce* memang membuat

banyak pengusaha lebih menyukainya karena persediaan akan selalu tersedia. Waktu dan pengiriman menjadi lebih cepat karena jasa pengiriman dipermudah. Lalu lintas bisnis *online* saat ini menggunakan kecepatan dan ketepatan bertransaksi sehingga jika masih menggunakan bisnis tradisional akan tertinggal jauh oleh pesaing (Armstrong, 2017). Berjalannya perkembangan dari teknologi dan pengguna internet di Indonesia, meningkatkan pula jumlah transaksi *online* atau yang dikenal dengan *e-commerce*. Hal ini membuat Indonesia menjadi pangsa pasar *e-commerce* yang potensial. Berdasarkan data pengguna internet dari hasil survey tahun 2018 ada sebanyak 171,17 juta jiwa penduduk Indonesia dari total populasi sebanyak 264,16 juta jiwa (APJI, 2018). Data Bank Indonesia (BI) menyatakan, transaksi melalui toko *online* atau *e-commerce* di Indonesia sepanjang tahun 2018 telah mencapai angka sebesar Rp 77,766 triliun. Angka ini naik 151% apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai Rp 30,942 triliun (Daniel, 2019). Sedangkan melalui segi sektor *startup*, investasi pada sektor *e-commerce* terbilang mendominasi di Indonesia. Sebanyak 58% dari total angka investasi semenjak tahun 2012 hingga pada 2017 pada sektor *e-commerce*. Sementara itu 38% investasi dialokasikan untuk sektor transportasi. Diprediksikan di masa mendatang, sektor *fintech* akan mampu meraih investasi yang cukup tinggi. Hal ini dinyatakan oleh para pemodal apabila 67% sudah memiliki rencana untuk berinvestasi di sektor *fintech* (Ramadhan, 2017).

Saat ini pemerintah tengah melakukan kajian bagaimana komponen terbaik untuk menerapkan pajak atas transaksi *online*. Muncul beberapa masalah yang dihadapi dalam pengenaan pajak atas transaksi *e-commerce*. Transaksi *e-commerce* terjadi dalam waktu yang cepat dan singkat, sehingga membuat para pelaku transaksi *e-commerce* sulit dilacak. Barang atau jasa yang diperjualbelikan biasanya berformat nonfisik seperti *software*, video, musik, majalah, sehingga sulit untuk menentukan objek pajaknya. Selain itu, bukti transaksi *e-commerce* merupakan bukti elektronik sehingga membuat transaksi ini sulit untuk dideteksi. Masalah terakhir adalah bahwa transaksi *e-commerce* tidak hanya terjadi pada batas wilayah pabean Indonesia, tapi juga melewati batas geografis dari negara lain (Arianto, 2014).

Pelunasan pajak dalam tahun berjalan, diatur pada Bab V UU Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan UU Nomor 36 Tahun 2008, Peraturan Pemerintah, Keputusan Menteri Keuangan dan Keputusan Direktur Jenderal Pajak. Di Indonesia, semua orang bisa menjadi Wajib Pajak dalam negeri tanpa peduli status kewarganegaraan yang dimilikinya asal mereka memperoleh penghasilan melalui Indonesia, mereka akan menjadi Wajib Pajak dalam negeri seperti tertera di Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 yang berbunyi, “Penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dikonsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun.”

Surat Edaran Dirjen Pajak SE nomor 62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* menekankan jika pengenaan pajak terhadap transaksi *e-commerce* tetap mengarah kepada peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku seperti UU No 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum Perpajakan Dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang (UU KUP), Undang-Undang No 36 tahun 2008 tentang pajak penghasilan (undang-undang PPh) dan UU No 42 tahun 2009 tentang pajak pertambahan nilai dan barang mewah (UU PPN) yang terakhir, sehingga transaksi *e-commerce* pun tak luput dari pengenaan pajak. Dalam SE nomor 62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* terdapat klasifikasi empat model transaksi dalam *e-commerce* hasil dari regulasi DJP, antara lain *online marketplace*, *classified ads*, *daily deals*, *online retail*. Saat ini tren belanja *online* menjadi gaya hidup masyarakat. Berbagai model transaksi *e-commerce* bisa dijumpai dengan mudah. Terlebih model *online marketplace* saat ini sedang banyak digandrungi orang-orang, karena akses aplikasi yang mudah dan bisa bertemu dengan berbagai macam penjual dan produk hanya melalui satu aplikasi saja. Dalam transaksi ini, ada pihak ketiga yang menjadi penyalur sebagai penyelenggara berhasilnya transaksi anatara kedua pihak. Pihak ketiga ini (*online marketplace*) adalah pihak penyedia tempat untuk bertemunya kedua pihak tersebut. Contohnya: Lazada,

Shopee, Tokopedia. Hal ini membuat tren belanja *offline* pun perlahan mulai meluntur akibat masuknya tren belanja yang baru ini. Tren belanja *online* yang mudah kini menjadi pilihan sebagian besar masyarakat.

Nufransa mengatakan bahwa bisnis *e-commerce* memang berkembang secara cukup tinggi di Indonesia tapi hanya beberapa pelaku *e-commerce* saja yang mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dari seribu pelaku usaha, hanya 620 (enam ratus dua puluh) yang sudah mempunyai NPWP dan sebagian besar sudah melapor tetapi tidak bisa dipastikan pelaporannya apakah sudah sesuai pada fakta saat bertransaksi (Rosalinawati dan Syaiful, 2018).

Perkembangan bisnis *online* yang sangat pesat menjadikannya sebagai salah satu sektor pemungutan pajak yang dapat menambah pemasukan untuk perpajakan di Indonesia. Direktorat Jenderal Pajak telah menerbitkan SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *e-commerce* dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *e-commerce* sebagai bentuk penegasan bahwa transaksi atas *e-commerce* (jual beli *online*) dikenakan pemungutan pajak. Penetapan pajak terhadap transaksi *e-commerce* memiliki tujuan untuk memberikan rasa keadilan bagi semua wajib pajak baik untuk transaksi jual beli konvensional ataupun *e-commerce* (*online*). Kewajiban dari WP pelaku bisnis konvensional ataupun bisnis *online* (*e-commerce*) tidak berbeda. Pajak atas transaksi *e-commerce* sesuai dengan SE/62/PJ/2013 dan SE-06/PJ/2015 memberikan penegasan apabila tidak ada pajak baru pada transaksi *e-commerce* sehingga penjual dan pembeli atas transaksi jual beli secara konvensional maupun *e-commerce* dikenakan pajak sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku (Rosalinawati dan Syaiful, 2018).

Transaksi *online* nantinya akan menjadi masalah krusial bagi pihak pajak. Transaksi *e-commerce* merupakan fokus pemilihan topik yang penting karena kegiatannya. Perdagangan jual beli *e-commerce* menjadi sulit ditelusuri, jika DJP hanya berfokus pada hasil penjualan secara fisik atau konvensional saja. Melacak transaksi *online* menjadi lebih sulit dibanding melacak transaksi yang dilakukan secara konvensional. Masalah ini akan menjadi lebih sulit karena para pelaku bisnis tersebut mengambil bagian di *online* (Aprilia, dkk., 2014). Jika, *online marketplace*

tidak terbuka dengan pihak pajak, sehingga akan menyulitkan pihak pajak untuk menelusuri transaksi jual beli yang dilakukan para Wajib Pajak yang berperan aktif dalam *e-commerce*. Di awal tahun 2019, Menteri Keuangan mengumumkan akan mengeluarkan peraturan baru PMK 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) terkait *e-commerce* di mana peraturan ini fokus pada *platform online marketplace* untuk terbuka pada pihak KPP, informasi ini disampaikan melalui siaran pers nomor SP-04/2019. Di sini pemerintah ingin memberikan kepastian terkait aspek perpajakan bagi para pelaku usaha perdagangan melalui sistem *e-commerce*. Namun karena suatu alasan, pemerintah mengeluarkan PMK 31/PMK.010/2019 tentang Pencabutan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*).

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas lebih dalam mengenai pengawasan Kantor Pelayanan Pajak terhadap *e-commerce*. Penelitian ini akan berfokus pada pengenaan pajak untuk Wajib Pajak orang pribadi ataupun badan yang bergerak di *e-commerce* dan bagaimana KPP menelusuri alur dari pendapatan Wajib Pajak.

Alasan mengambil topik pajak *e-commerce* untuk diteliti karena pembahasan mengenai *e-commerce* belum terlalu banyak dibahas oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Terlebih dalam perkembangannya dalam lima tahun terakhir, selalu terjadi peningkatan jumlah pengguna *e-commerce*. Banyak pengguna-pengguna baru yang terus bertambah setiap tahunnya, sehingga bisa dilihat hal ini mempengaruhi pendapatan negara setiap tahunnya. Oleh karena itu, topik *e-commerce* ini memiliki prospek potensi perpajakan untuk digali lebih dalam lagi. Berbeda dengan objek-objek perpajakan yang lain, objek di *e-commerce* tidak mudah untuk ditelusuri karena objek dalam *e-commerce* tidak bisa dilihat wujud dan transaksinya secara langsung serta membutuhkan pendekatan yang berbeda dari kegiatan usaha *offline*, sehingga hal ini yang ingin diteliti dari KPP Pratama Sukomanunggal dalam penerapan perpajakannya perusahaan *e-commerce* terhadap penerimaan pajak penghasilan. Alasan memilih lokasi ini sebagai objek penelitian

karena Surabaya Barat menjadi salah satu tempat yang memiliki pertumbuhan UMKM yang cukup signifikan serta memiliki area yang padat akan penduduk. Surabaya bagian barat memang terus melakukan pembangunan sehingga banyak masyarakat yang menjadikan Surabaya Barat sebagai tempat yang strategis untuk menjalankan bisnis sekaligus tempat tinggal. Oleh karena itu, penelitian dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukomanunggal yang bertanggung jawab atas pengenaan pajak untuk transaksi di daerah Surabaya Barat. Selain itu, juga melihat permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam menangani kasus-kasus *e-commerce*. Penelitian ini akan dilakukan melalui data dan wawancara langsung dengan KPP Pratama Sukomanunggal yang berada di Surabaya Barat.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dibahas bisa disimpulkan beberapa rumusan masalah untuk penelitian kali ini yang perlu digali untuk menemukan hasil penelitian, yaitu bagaimana penerapan perpajakan para pelaku bisnis *e-commerce* memberi pengaruh terhadap penerimaan pajak penghasilan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukomanunggal?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian adalah untuk melakukan analisis pengaruh dari penerapan perpajakan para pelaku bisnis *e-commerce* terhadap penerimaan pajak penghasilan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukomanunggal.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Sukomanunggal, sehingga penelitian hanya akan dilakukan pada daerah Surabaya Barat. Penelitian ini juga terbatas oleh data yang diperoleh melalui satu narasumber saja, selain itu penelitian ini juga terbatas oleh waktu dan pihak yang bersangkutan sehingga tidak bisa dilakukan observasi secara terus-menerus dan berkala.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian diharapkan bisa membantu dalam bidang akademis untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perpajakan terkait isu *e-commerce*.
2. Penelitian diharapkan bisa membantu pemerintah dalam melakukan perbaikan perpajakan yang masih kurang sempurna dan menjadi masukan yang cukup membantu.
3. Penelitian ini sekiranya bisa memberi pengetahuan tentang sistem perpajakan terhadap *e-commerce* yang masih awam bagi perusahaan *e-commerce*.

1.6. Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab pertama ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua akan berisi mengenai konsep-konsep teoritis yang mendasari penelitian antara lain: pembahasan mengenai *e-commerce*, pajak penghasilan, pajak *e-commerce*, undang-undang perdagangan; juga ada acuan dari beberapa peneliti terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian ini dan kerangka konseptual dari isu yang dibahas.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ketiga berisi mengenai desain penelitian; konsep operasional; jenis dan sumber data; alat dan metode pengumpulan data; serta teknik analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi gambaran umum objek penelitian, karakteristik informan penelitian, hasil analisis data, serta pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab terakhir berisi mengenai simpulan dari hasil analisis dan pembahasan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.