

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia. Perkembangan perdagangan online atau *e-commerce* yang pesat di Indonesia menjadi sebuah fenomena baru dalam perekonomian Indonesia. Fenomena ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya toko-toko online lokal dan invasi perusahaan besar *e-commerce* dari luar negeri yang masuk ke Indonesia. Populasi penduduk Indonesia menempati urutan keempat jumlah penduduk terpadat di dunia dengan jumlah penduduk diatas 250 juta dan sepertiga penduduknya dapat mengakses internet dengan mudah sehingga memberikan kemudahan dalam bertransaksi produk secara online. Hal ini memberikan peluang besar pada perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Informasi pertumbuhan perdagangan online di Indonesia diperoleh dari data Menkominfo yang menginformasikan bahwa nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2013 mencapai Rp 130 triliun. Selain itu menurut Menkominfo (2015) pasar *e-commerce* Indonesia diperkirakan akan tumbuh menjadi US\$ 130 miliar pada tahun 2020 dengan pertumbuhan tahunan sebesar 50%.

Maraknya perdagangan online membuktikan bahwa Indonesia adalah market yang luas, selain itu hal ini juga merupakan wujud dari tumbuhnya jiwa wirausaha bangsa Indonesia yang mampu mencari peluang bisnis melalui media online sekaligus mencoba merebut pangsa pasar dalam negerinya sendiri. Menurut

Wibawa (2010), fenomena *e-commerce* di Indonesia sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.sanur.com/> sebagai toko buku online pertama. Fenomena jual beli *e-commerce* telah mengubah proses bisnis tradisional menjadi bisnis berbasis digital dengan menghilangkan inefisiensi pasar sehingga terbentuk suatu bisnis dengan dimensi baru. *E-commerce* merubah proses pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara konvensional beralih ke model pemasaran melalui sistem digital.

Market usaha *e-commerce* di Indonesia berasal dari berbagai wilayah dan provinsi. Berdasarkan Lembaga riset *Gesellschaft für Konsumforschung* (GfK) yang bekerjasama dengan situs pencari Google (2017) Surabaya menduduki peringkat pertama sebagai kota *e-commerce*, peringkat kedua kota Medan dan peringkat ketiga kota Jakarta. Pelaku *e-commerce* yang berasal dari Surabaya merupakan pedagang dari berbagai macam UKM yang menjual makanan, seperti sambal Bu Rudy, pakaian, ponsel pintar, dan barang-barang elektronik.

E-commerce (*electronic commerce*) merupakan sistem perdagangan yang dilakukan tanpa pertemuan antara penjual dan pembeli secara langsung. Sistem perdagangan *e-commerce* dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan internet sebagai media komunikasi dan seketika akan terhubung dengan pasar global dunia melalui media online. Contoh *e-commerce* yang banyak ditemui dalam kehidupan sehari-hari adalah transaksi jual beli menggunakan situs jual beli online. Beberapa situs perusahaan jual beli online dari luar negeri diantaranya www.amazon.com dan www.alibaba.com. Sedangkan situs jual beli online dari dalam negeri yang

sangat terkenal diantara adalah www.kaskus.co.id, www.bukalapak.com, www.tokopedia.com dan www.olx.co.id.

Perdagangan barang dan jasa secara online (*e-commerce*) yang semakin berkembang pesat di Indonesia menarik perhatian pemerintah Indonesia yang tergiur atas potensi penerimaan pajak transaksi *online*. Pajak atas transaksi online menjadi salah satu perluasan penerimaan pajak yang menghadirkan tantangan tersendiri bagi sistem perpajakan di Indonesia. *E-commerce* atau yang lebih dikenal dengan bisnis online termasuk dalam kategori ekonomi digital sekaligus menjadi potensi baru bagi sektor pajak untuk pemungutan Pajak Penghasilan. Pertumbuhan usaha sektor *e-commerce* yang sangat pesat diharapkan mampu menambah sektor pemasukan pajak untuk penerimaan negara. Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 Pasal 1 Tentang Perpajakan pengertian pajak adalah sebuah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh setiap orang ataupun badan yang memiliki sifat memaksa, tetapi tetap berdasarkan dengan Undang-Undang dan tidak mendapat imbalan secara langsung serta digunakan guna kebutuhan negara dan kemakmuran rakyat. Pajak merupakan kontributor terbesar untuk Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan memiliki peran yang sangat besar bagi kelangsungan pembangunan bangsa dan Negara. Selain itu, pajak merupakan sumber pendapatan Negara yang sangat penting bagi pemerintah untuk menyelenggarakan dan melaksanakan pembangunan nasional.

Pemerintah telah mengatur aturan terkait *e-commerce* dalam beberapa kajian hukum. Diantaranya tercantum pada Undang-undang (UU) No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan yang menjelaskan kepastian hukum serta kesepahaman

mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik. Peraturan mengenai perpajakan *e-commerce* juga telah dijelaskan oleh pemerintah melalui Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor 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* dengan mengacu kepada Undang-undang Nomor 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, Peraturan Pemerintah Nomor 1 tahun 2012 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa serta Pajak Penjualan Atas Barang Mewah. Peraturan tersebut terdiri dari Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce* yang meliputi Pajak atas proses bisnis jasa penyediaan tempat dan/atau waktu (*online market place*), pajak atas proses bisnis penjualan barang dan/atau jasa (*classified ads*), pajak atas proses bisnis penyetoran hasil penjualan kepada online market place merchant oleh penyelenggara *online market place (daily deals)* dan pajak atas *online retail*. Dasar Pengenaan Pajak (DPP) Pajak Penghasilan (PPh) atas transaksi *e-commerce* diatur dalam pasal 4 ayat (1) dan (2), pasal 17, pasal 21, pasal 23 dan pasal 26 pada Undang-undang Pajak Penghasilan (PPh). Sedangkan Dasar Pengenaan Pajak (DPP) Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce* diatur dalam pasal 1, pasal 4 ayat (1) huruf (C) dan (E), pasal 11 ayat (1) dan (2) serta pasal 12 pada Undang-undang Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor 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* merupakan bentuk penegasan hukum atas pengenaan pajak transaksi *e-commerce* yang mengisyaratkan bahwa ketentuan perpajakan terkait dengan transaksi atas *e-commerce* sama ketentuannya dengan perpajakan konvensional yang terdiri dari mendaftar, menghitung, membayar dan melapor bagi setiap pelaku usaha yang melakukan kegiatan *e-commerce*. Selama ini masyarakat mengira bahwa tidak ada pajak atas transaksi *e-commerce* atau bisnis online, padahal transaksi atas *e-commerce* tidak ada bedanya dengan transaksi konvensional.

Menurut Nufransa yang menjabat sebagai Kepala Subdit Manajemen Transformasi dalam Seminar Perpajakan (2014) mengungkapkan bahwa meski pasar *E-Commerce* berkembang pesat di Indonesia namun baru segelintir pelaku *E-Commerce* yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Ada 1.600 (seribu enam ratus) *sampling* (pelaku *E-Commerce*) yang dicoba, dari jumlah itu ada 600 (enam ratus) yang belum teridentifikasi dan 1.000 (seribu) sudah teridentifikasi. Dari 1.000 (seribu) pelaku usaha baru 620 (enam ratus dua puluh) yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan sebagian besar sudah melapor namun tidak diketahui pasti pelaporan tersebut sesuai dengan fakta pada saat bertransaksi. Fenomena ini juga dialami oleh pelaku *e-commerce* di Surabaya. Meskipun sebagai kota pengguna *e-commerce* terbesar se-Indonesia namun para pelaku *e-commerce* di Surabaya masih belum maksimal dalam mentaati peraturan perpajakan atas transaksi *e-commerce*.

Hingga saat ini, pemerintah gencar dalam menyosialisasikan peraturan perpajakan atas transaksi *e-commerce* salah satunya dengan cara melakukan sosialisasi dan penyuluhan untuk mengenalkan pajak atas transaksi *e-commerce* kepada masyarakat Indonesia. Selain itu pemerintah turut mengembangkan perdagangan online dan menyosialisasikan perpajakan *e-commerce* dengan cara mendukung dan melakukan pembinaan perpajakan *e-commerce* pada Gerakan Nasional digitalisasi UMKM. Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Komunikasi dan Informatika, pemerintah daerah dan pelaku bisnis *e-commerce* secara terus menerus dan bersama-sama melakukan Gerakan Nasional digitalisasi UMKM untuk mendorong kekuatan ekonomi nasional yang berbasis UMKM sekaligus sebagai media sosialisasi pengenalan perpajakan atas transaksi *e-commerce*. Menurut Kominfo (2017) Visi ekonomi Indonesia 2020 ialah menjadi “*The Digital Energy of Asia*” dengan target pertumbuhan transaksi *e-Commerce* sebesar USD 130 Miliar. Dalam mengejar visi ini, kita menghadapi dua tantangan utama yang harus diselesaikan secara seimbang dan serentak yaitu globalisasi dan sistem ekonomi yang adil dan produktif, yang berpihak pada rakyat serta terjaminnya sistem insentif ekonomi yang adil dan mandiri. Kominfo juga menambahkan bahwa dalam mendukung visi bersama, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Komunikasi dan Informatika, pemerintah daerah dan pelaku bisnis *e-commerce* antara lain: BLANJA.com, MatahariMall.com, Lazada.com , Shopee.com , Blibli.com , Tokopedia.com dan Bukalapak.com bersama- sama melakukan Gerakan Nasional digitalisasi UMKM untuk mendorong kekuatan ekonomi nasional yang berbasis UMKM.

Pada penelitian ini, peneliti menentukan Kabupaten Gresik sebagai lokasi penelitian. Gresik merupakan salah satu kabupaten di wilayah Jawa Timur yang masyarakatnya gemar melakukan transaksi jual beli secara online. Disisi lain, potensi bisnis online di area Gresik mayoritas adalah UMKM namun belum tergarap dengan baik dan harus digali secara optimal. Hingga saat ini Pemerintah berupaya mendorong perkembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) secara online melalui gerakan pelatihan untuk peningkatan kapasitas usaha pelaku BUMDes dengan cara memberikan pelatihan packaging (pengemasan) melalui media online serta melakukan sosialisasi pengenaan pajak atas transaksi *e-commerce* di Kabupaten Gresik. Harapan pemerintah dengan adanya penyuluhan tersebut dapat mengembangkan pangsa pasar UMKM melalui sistem digital serta menjadikan para pelaku usaha secara online paham tentang pajak atas transaksi *e-commerce* sehingga dapat memberikan kontribusi pemasukkan pajak.

Fenomena kesenjangan antara harapan potensi penerimaan pajak *e-commerce* dengan kenyataan yang ada saat ini di kabupaten Gresik, menarik untuk dilakukan penelitian mengenai potensi ataupun isu permasalahan terkait dengan Pajak *E-Commerce* yang akan dituangkan dalam penelitian berjudul **Analisis Pajak Penghasilan Atas Transaksi *E-commerce*** (Studi Empiris Kantor Pajak Pratama Gresik Utara).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti diuraikan sebagai berikut :

Bagaimana penerapan peraturan pemungutan PPh atas transaksi *e-commerce* di Kabupaten Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya maka tujuan penulisannya ini adalah :

- Menganalisa pelaksanaan peraturan pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) atas transaksi *e-commerce* yang ada di Kabupaten Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun secara praktis, yakni :

1. Secara akademik penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan terapan khususnya bagi pelajar dan mahasiswa sebagai referensi secara teoritis.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pelaku bisnis *e-commerce* agar lebih memahami terkait Hak dan Kewajiban sebagai wajib pajak. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis untuk memberikan pendapat / usulan / masukan kepada Direktorat Jenderal Pajak dalam perumusan kebijakan terhadap pengenaan Pajak Penghasilan atas transaksi *e-commerce* yang ada di Kabupaten Gresik.

1.5 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini mencoba meneliti *e-commerce* dari segi perpajakan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Eviera Maharani Utomo (2013) dengan judul “Transaksi *E-commerce* sebagai potensi penerimaan pajak di Indonesia” dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Subjek Pajak akan dikenakan pajak apabila menerima atau memperoleh penghasilan. Dasar hukum Pajak Penghasilan adalah Undang-Undang No. 7 tahun 1984 tentang Pajak Penghasilan (PPh) sebagaimana telah dirubah dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008.
2. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak adalah dengan mulai meninjau transaksi *e-commerce* atau perdagangan elektronik yang sedang marak di Indonesia.
3. Direktorat Jenderal Pajak perlu adanya untuk mulai mempertimbangkan transaksi ini sebagai salah satu penerimaan pajak di Indonesia, karena nilainya sangat besar dan selalu meningkat tiap tahunnya.
4. Terdapat kendala mengenai pengenaan PPh dan PPN terhadap pebisnis *online* yakni pengenaan pajak yang dibebankan kepada pemilik *online shop* belum efektif secara keseluruhan hal ini dikarenakan sebagian besar pemilik *online shop* tidak membayar pajak mereka, salah satu alasan logis dari permasalahan tersebut yaitu karena banyak orang di negeri ini yang belum mengetahui ilmu perpajakan.

5. Meningkatnya transaksi *e-commerce* di Indonesia tidak sebanding dengan realisasi penerimaan pajak di Indonesia, terbukti pada tahun 2012 penerimaan pajak masih dibawah target penerimaan yang telah dianggarkan.

Ada beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam segi objek penelitian dan lokasi penelitian. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah analisa penerapan Pajak Pertambahan dan Pajak Penghasilan Nilai terhadap *e-commerce*. Penulis mencoba membuktikan kembali hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan pendekatan secara normatif dan empiris di Kabupaten Gresik yang diaplikasikan dengan melakukan studi kepustakaan dan studi lapangan melalui pengambilan data dari hasil wawancara yang akan dilakukan kepada; pelaku *online shop (e-commerce)* yang berasal dari Kabupaten Gresik, Praktisi Perpajakan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Gresik utara dan akademis yang menguasai ilmu perpajakan.

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat menimbulkan kesadaran bagi pelaku *e-commerce* agar mengetahui, mematuhi dan melaksanakan perpajakan yang berlaku atas transaksi *e-Commerce* terutama para pelaku *e-commerce* yang ada di Gresik.