

# PROSES BISNIS DAN ASPEK PEMUNGUTAN PAJAK ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Pebriana Arimbhi, Imam Susanto, Septian Khaerul Ghany

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami

Email: pebrianasusanto@yahoo.co.id

## ARTICLE INFO

## ABSTRACT

*Penemuan internet merupakan revolusi besar dalam dunia komputer dan komunikasi. Internet adalah alat penyebaran informasi secara global, sebuah mekanisme penyebaran informasi dan sebuah media untuk berkolaborasi dan berinteraksi antar individu dengan menggunakan alat komunikasi tanpa terhalang batas geografis. Pengaruh dari internet keseluruh lapisan masyarakat sebagai media online untuk menyelesaikan berbagai macam transaksi salah satunya adalah transaksi e-commerce. Revolusi industri 4.0 telah menimbulkan disrupsi pada seluruh aspek kegiatan usaha. Pengaruh disrupsi akan mentransformasikan sistem perpajakan secara global, terutama standar dan norma pemajakannya yang masih konvensional. Hal ini menimbulkan adanya pertanyaan bagaimana proses bisnis dan aspek pemungutan pajak atas transaksi e-commerce dalam era revolusi industri 4.0 di Direktorat Jenderal Pajak, serta kendala dan upaya dalam proses bisnis dan aspek pemungutan pajak tersebut. Metode yang akan dipakai dalam pencapaian tujuan tersebut adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi. Hasil penelitian, pertama : Proses bisnis atas transaksi e-commerce dalam era revolusi industri di Indonesia hanya ada 4 (empat) model, yaitu : Online Marketplace, Classified Ads, Daily Deals, Dan Online Retail. Untuk aspek pemungutan pajak atau perlakuan perpajakan yang digunakan masih merujuk pada kebijakan yang sudah ada saat ini yaitu pada peraturan perpajakan PPh dan PPN, belum ada peraturan khususnya. Sementara untuk proses bisnis dan model kebijakan administrasi perpajakan atas transaksi e-commerce terhadap media sosial ditinjau dari konsep Equality belum di desain oleh pihak DJP.. Kedua : kendala yang dihadapi oleh DJP dalam menerapkan pemajakan ekonomi digital di bidang e-commerce, yaitu: kesulitan terkait dengan anonimitas data pelaku e-commerce, sulitnya mendeteksi data transaksi e-commerce, mudahnya pelaku e-commerce menghapus informasi ataupun memberikan informasi yang salah terkait transaksi, dan metode pembayaran. Ketiga : upaya yang telah dilakukan oleh DJP dalam mengatasi kendala tersebut, adalah : memperketat izin perdagangan serta izin pembukaan situs, memonitor data pengiriman serta memonitor transaksi, mengatur adanya kewajiban bagi pelaku e-commerce untuk memastikan data transaksi di situs tetap ada sampai jangka waktu tertentu, dan mengatur kewajiban pembayaran melalui satu payment gateway nasional.*

### Keywords

*Proses Bisnis, E-Commerce, Asas Pemungutan Pajak*

## PENDAHULUAN

Perkembangan sistem teknologi dan informasi semakin pesat. Jumlah penggunaan internet di Indonesia tahun 2017 sudah hampir mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari

hasil survei pada tahun 2016. Penggunaan internet semakin marak seiring semakin banyaknya pengguna smartphone. Memperoleh informasi lebih banyak dilakukan lewat internet, selain itu bertransaksi bisnis secara online atau yang disebut *e-commerce* semakin populer

Perubahan sistem teknologi dan informasi saat ini, juga memberikan dampak pada arah kebijakan pemerintah terutama di bidang perpajakan. Hingga saat ini, layanan berbasis aplikasi yang bisa diakses oleh Wajib Pajak antara lain pendaftaran NPWP secara elektronik (*e-registration*), pelaporan SPT secara elektronik (*e-filing*), pembuatan kode billing pembayaran pajak secara elektronik (*e-billing*), dan e-faktur. Hal ini menjadi sebuah peluang dan tantangan bagi Direktorat Jenderal Pajak untuk melakukan reformasi perpajakan dalam segala aspek. Tujuannya adalah menjadi institusi perpajakan yang kuat, kredibel, dan akuntabel untuk menghasilkan penerimaan yang optimal.

Dari lima pilar reformasi pajak, dua diantaranya adalah reformasi sistem informasi dan bisnis data serta proses bisnis. Salah satu proses bisnis pajak yang harus dilakukan adalah terkait pemajakan ekonomi digital. Revolusi industri 4.0 telah menimbulkan disrupsi pada seluruh aspek kegiatan usaha. Pengaruh disrupsi akan mentransformasikan sistem perpajakan secara global, terutama standar dan norma pemajakannya yang masih konvensional. Oleh karena itu, DJP harus dapat memberikan pelayanan, pengawasan, dan penegakan hukum terkait dengan pemajakan ekonomi digital terutama pada transaksi *e-commerce* tersebut.

Rumusan masalah penelitian ini !). Bagaimana proses bisnis dan aspek pemungutan pajak atas transaksi *e-commerce* dalam era revolusi industri 4.0 di Direktorat Jenderal Pajak?, 2). Apa saja kendala yang dihadapi oleh DJP dalam menerapkan pemajakan ekonomi digital di bidang *e-commerce*?, 3). Apa saja upaya yang telah dilakukan oleh DJP dalam mengatasi kendala tersebut?

## **LANDASAN TEORI**

### **Administrasi Perpajakan**

Menurut Abdul Rahman (2010: 183) Pengertian Administrasi Perpajakan adalah penatausahaan dan pelayanan terhadap kewajiban-kewajiban dan hak-hak wajib pajak, baik yang dilakukan di kantor fiskus maupun kantor pajak. Yang termasuk dalam kegiatan penatausahaan adalah pencatatan, penggolongan dan penyimpanan.

### **Asas Pemungutan Pajak di Indonesia**

Menurut Erly Suandy (2011:25) mengemukakan asas-asas yang harus diperhatikan dalam pemungutan pajak adalah sebagai berikut: 1). Asas *Equality*, pembebanan pajak diantara subjek pajak hendaknya seimbang dengan kemampuannya, yaitu seimbang dengan penghasilan yang dinikmatinya dibawah perlindungan pemerintah. Dalam hal ini *quality* ini tidak diperbolehkan suatu Negara mengadakan diskriminasi diantara sesama Wajib Pajak. Dalam keadaan yang sama Wajib Pajak harus diperlakukan sama dan dalam keadaan berbeda Wajib Pajak harus diperlakukan berbeda, 2). Asas *Certainty*, yang dibayar oleh wajib pajak harus jelas dan tidak mengenal kompromi kompromis (*not arbitrary*). Dalam asas ini kepastian hukum yang diutamakan adalah mengenai subjek pajak, objek pajak, dan ketentuan mengenai pembayarannya, 3). Asas *Convenience of payment*, pajak hendaknya dipungut pada saat yang paling baik bagi Wajib Pajak, yaitu saat sedekat-dekatnya dengan saat diterimanya penghasilan/ keuntungan yang dikenakan pajak, dan 4). Asas *Economic of collection*, pemungutan pajak hendaknya dilakukan sehemat (seefisien) mungkin, jangan sampai biaya pemungutan pajak lebih besar dari penerimaan pajak itu sendiri. Karena tidak ada artinya pemungutan pajak kalau biaya yang dikeluarkan lebih besar dari penerimaan pajak yang akan diperoleh.

### **Sistem Pemungutan Pajak**

Sistem pemungutan pajak menurut Wirawan B. Ilyas dan Richard Burton dalam (Rahman, 2010: 22) yaitu : 1). *Official Assessment System*, Official Assessment System yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemungut pajak (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar (pajak yang terutang) oleh seseorang, 2). *Self Assessment System*, Self Assessment System yaitu suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang penuh kepada Wajib Pajak untuk menghitung, menyetorkan, dan melaporkan sendiri besarnya utang pajak, dan 3). *Withholding Assessment System*, Withholding Assessment System yaitu suatu sistem pemungutan pajak yang

memberikan wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong/memungut besarnya pajak yang terutang.

### **Subjek Pajak dan Objek Pajak Dalam Negeri**

Subjek Pajak menurut Waluyo (2011:99) diartikan sebagai orang pribadi atau badan atau pihak yang dituju oleh Undang-undang untuk dikenakan pajak berkenaan dengan penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak. Subjek pajak orang pribadi adalah subjek pajak yang bertempat tinggal atau berada di Indonesia ataupun luar Indonesia. Subjek pajak orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia lebih dari 183 hari (seratus delapan puluh tiga) dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, atau orang pribadi yang dalam satu tahun pajak berada di Indonesia dan mempunyai niat tinggal di Indonesia disebut subjek pajak dalam negeri.

Objek Pajak Penghasilan menurut Waluyo (2011:109) dapat diartikan sebagai sasaran pengenaan pajak dan dasar untuk menghitung pajak terutang. Objek pajak penghasilan adalah penghasilan. Pengertian penghasilan adalah tambahan nilai kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik yang berasal di Indonesia maupun yang berasal dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan, dengan nama dan bentuk apapun.

### **Sumber Penghasilan**

Menurut Erly Suandy (2011: 53) penghasilan yang diterima oleh Wajib Pajak dapat dikategorikan atas 4 (empat) sumber, yaitu: 1). Penghasilan yang diterima atau diperoleh dari pekerjaan berdasarkan hubungan kerja dan pekerjaan bebas, 2). Penghasilan dari usaha dan kegiatan, 3). Penghasilan dari modal, dan 4). Penghasilan lain-lain, seperti hadiah, pembebasan utang, dan sebagainya.

### **E-Commerce**

Menurut Nufansa (2014: 11) Definisi perdagangan secara elektronik atau dikenal dengan *electronic commerce (e-commerce)* adalah segala bentuk transaksi bisnis yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Namun, seiring perkembangan waktu, definisi *e-commerce* menjadi meluas. Saat ini, *e-commerce* diartikan tidak hanya penjualan dan pembelian melalui internet semata tetapi juga mencakup pelayanan pelanggan *online* dan pertukaran dokumen bisnis.

Menurut Nufansa (2014:101) terdapat 4 model bisnis transaksi e-commerce, sebagai berikut: 1). *Online Marketplace*, Online marketplace adalah situs yang disediakan oleh penyelenggara jasa internet kepada para penjual untuk dapat menjajakan dagangannya melalui dunia nyata. Ruang yang disediakan oleh penyedia jasa internet berbentuk laman situs yang disewakan kepada para penjual. Pembeli dapat melihat berbagai macam etalase online yang berada di situs online marketplace. Tempat berkumpulnya penjual dan pembeli ini layaknya sebuah pusat perbelanjaan biasa, hanya semuanya terselenggara di dunia maya, 2). *Classified Ads*, Classified Ads adalah situs tempat berkumpulnya para penjual melalui iklan yang dipasangnya di situs penyelenggara jasa classified ads. Para penjual menjajakan dagangannya melalui situs tersebut dengan membayar dalam jumlah tertentu untuk kuota iklan sesuai perjanjian kepada penyelenggara jasa classified ads. Tingkat pembayaran biasanya berbeda untuk setiap fasilitas tertentu yang diberikan, 3). *Daily Deals*, Daily deals adalah situs yang menyediakan berbagai macam barang/jasa kepada para pelanggan melalui pembelian berupa kupon dengan tarif diskon/potongan harga dari harga yang ditawarkan di tempat penjualan biasa, dan 4). *Online Retail*, Online retail adalah situs yang menjual langsung barang dan atau/jasa dalam bentuk berwujud atau tidak berwujud (digital) kepada pelanggannya. Layaknya sebuah toko, situs ini menjual secara online barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya. Berbeda dengan jenis situs sebelumnya, situs ini biasanya dikelola langsung oleh orang atau perusahaan yang menjual barang dan/atau jasanya.

### **Pajak Pertambahan Nilai**

Menurut Darussalam (2018:1), Pajak Pertambahan Nilai merupakan bentuk pemajakan atas konsumsi barang dan jasa yang bersifat umum, yang dikenakan pada setiap mata rantai jalur produksi dan distribusi.

### **Media Sosial**

Menurut Nasrullah (2015), untuk menyusun definisi media sosial, kita perlu melihat perkembangan hubungan individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antarindividu. Terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*users*) bekerja sama (*human co-operation*) (Fuchs, 2008).

Dengan demikian, bisa dijelaskan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem di antara individu dan masyarakat (Nasrullah, 2015).

### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan kualitatif. Denzin dan Lincoln (Moleong, 2016:5) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Sedangkan metode penelitian berdasarkan tujuannya yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. "Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi, gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti termasuk hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena ..." (Silaen dan Widiyono, 2013:19).

Teknik penelitian yang digunakan adalah *participant observation*, *in-depth interview*, dokumentasi dan triangulasi. Teknik triangulasi adalah pengumpulan data yang menggunakan berbagai sumber dan berbagai teknik pengumpulan data secara simultan sehingga dapat diperoleh data yang pasti (Sugiyono, 2010:2,3,11). Dengan teknik triangulasi ini, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data yakni mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Sugiyono, 2010:2,3,83). Data kualitatif berupa hasil wawancara mendalam, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi, namun juga dimungkinkan menggunakan data kuantitatif sebagai pelengkap informasi pada setiap pertanyaan analisis penelitian.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

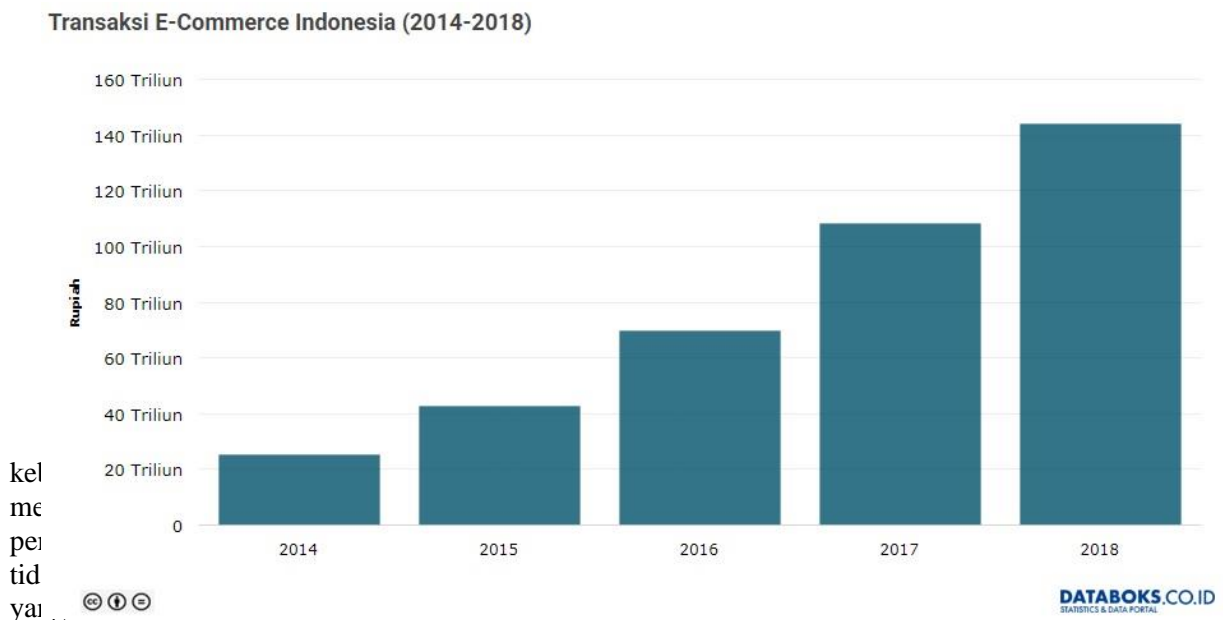
#### **Proses bisnis dan aspek pemungutan pajak atas transaksi e-commerce dalam era revolusi industri 4.0 di Direktorat Jenderal Pajak**

Dalam lingkungan Kementerian Keuangan, reformasi sistem informasi dan bisnis data serta proses bisnis menjadi fokus utama dalam memberikan pelayanan, pengawasan, dan penegakan hukum terkait dengan pemajakan ekonomi digital terutama pada transaksi *e-commerce*. Revolusi industri 4.0 telah menimbulkan disrupsi pada seluruh aspek kegiatan usaha. Pengaruh disrupsi akan mentransformasikan sistem perpajakan secara global, terutama standar dan norma pemajakannya yang masih konvensional. Perubahan sistem teknologi dan informasi saat ini, juga memberikan dampak pada arah kebijakan pemerintah terutama di bidang perpajakan.

*E-commerce* adalah perdagangan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen melalui sistem elektronik. Berdasarkan OECD, 2003 menjelaskan bahwa "*commercial transactions accruing over open networks, such as the internet. Both business-to-business and business-to-consumers transactions are included*". 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 antara transaksi *e-commerce* dan transaksi perdagangan lainnya.

Saat ini transaksi perdagangan digital Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Pesatnya kemajuan teknologi telah mengubah cara belanja masyarakat dengan melakukan transaksi perdagangan secara elektronik. Nilai transaksi e-Commerce Indonesia pada tahun 2014 mencapai Rp 25,1 Triliun, dan naik menjadi Rp 42,5 Triliun di tahun 2015. Di tahun 2016 dan 2017 transaksi e-commerce terus meningkat yaitu mencapai angka Rp 69,8 Triliun di tahun 2016 dan Rp 108,4 Triliun. Peningkatan masih terus terjadi di tahun 2018 yaitu mencapai Rp 144,1 Triliun. Nilai transaksi perdagangan elektronik di tanah air telah melonjak sebanyak 500 persen dalam 5 tahun terakhir. Ini merupakan peluang bisnis perdagangan digital dengan jumlah populasi Indonesia mencapai lebih dari 205 juta jiwa serta wilayah yang berbentuk kepulauan. Selain menghemat biaya, pembeli juga dapat mencari penjual dengan harga terendah dengan membandingkan berbagai harga yang tertera di lapak penjual online.

**Gambar 1 : Nilai Transaksi E-Commerce tahun 2014 – 2018**



Model bisnis dan tantangan pajak memiliki lima ilustrasi yang berbeda. Ilustrasi tersebut dikaitkan dengan persoalan kepatuhan pajak, model pemotongan pajak penghasilan (*withholding tax*), persoalan Gerbang Pembayaran Nasional, model pajak pertambahan nilai (PPN) untuk transaksi *business-to-business* (B2B) dan *business-to-consumer* (B2C) lintas yurisdiksi, hingga risiko *base erosion and profit shifting* (BEPS).

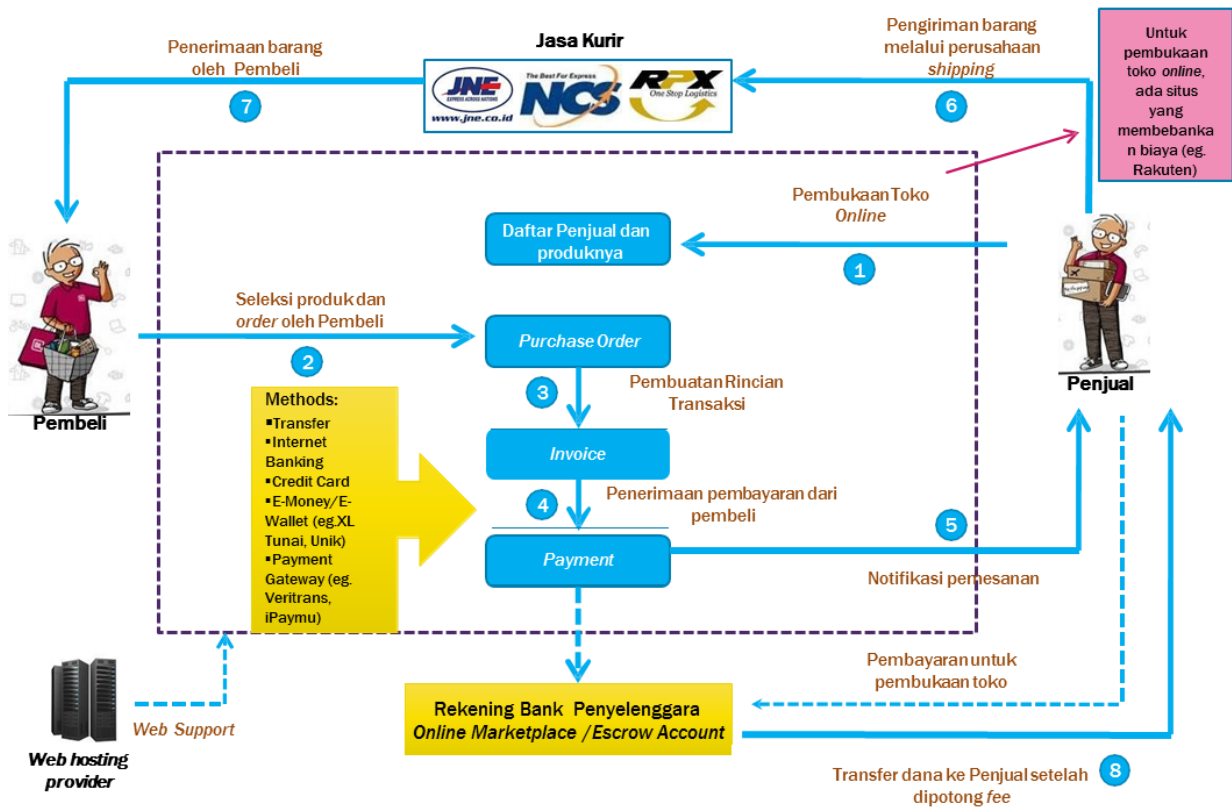
Saat ini Indonesia, mempunyai 4 (empat) model bisnis transaksi e-commerce yang sudah ada proses pemajakannya, yaitu :

### **Online Marketplace**

*Online marketplace* adalah situs yang disediakan oleh penyelenggara jasa internet kepada para penjual untuk dapat menjajakan dagangannya melalui dunia nyata. Ruang yang disediakan oleh penyedia jasa internet berbentuk laman situs yang disewakan kepada para penjual. Pembeli dapat melihat berbagai macam etalase online yang berada di situs online marketplace. Tempat berkumpulnya penjual dan pembeli ini layaknya sebuah pusat perbelanjaan biasa, hanya semuanya terselenggara di dunia maya. Dalam proses bisnis pada model *online marketplace* dalam transaksi e-commerce adalah sebagai berikut :

**Gambar 1 : Proses Bisnis atas Transaksi Online Marketplace**

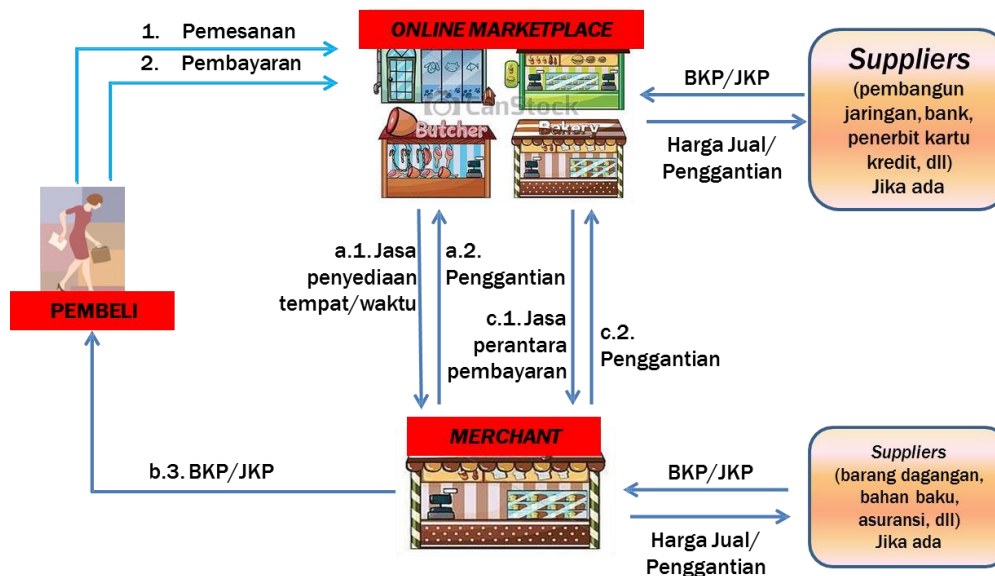
# Online Marketplace - Business Process



Sumber : Direktorat Jenderal Pajak

Untuk ilustrasi skema transaksi *e-commerce* untuk *online marketplace* adalah sebagai berikut :  
**Gambar 2 : Skema Transaksi E-Commerce untuk Online Marketplace**

### Ilustrasi Skema Transaksi e-Commerce: Online Marketplace



Sumber : Direktorat Jenderal Pajak

Berikut ini tabel skema PPh dalam beberapa skema transaksi *online marketplace* adalah sebagai berikut :

**Tabel 1 : Skema PPh dalam Beberapa Skema Transaksi *Online Marketplace***

No	Proses Bisnis	Objek PPh	Subjek PPh	Tarif	Pemotongan PPh
1	Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu	Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain	Orang Pribadi atau Badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi	Untuk penyelenggaraan <i>online marketplace</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak	Apabila <i>online marketplace merchant</i> sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjukkan sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26
2	Penjualan barang dan/atau jasa	Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyedia jasa merupakan objek PPh	Orang Pribadi atau Badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyedia jasa	Untuk pihak <i>online marketplace merchant</i> sebagai penjualan barang atau penyedia jasa dalam <i>online marketplace</i> yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang	Apabila pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong/pemungut PPh, maka pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan/pemungutan PPh

				bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak	
3	Penyetoran hasil penjualan kepada <i>online marketplace merchant</i> oleh penyelenggara <i>online marketplace</i>	Penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26	Orang Pribadi atau Badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran	Untuk pihak penyelenggara <i>online marketplace</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas penghasilan Kena Pajak	Apabila <i>online marketplace merchant</i> sebagai Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26 sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Sumber : Direktorat Jenderal Pajak

Berikut ini tabel skema PPN dalam beberapa skema transaksi *online marketplace* adalah sebagai berikut :

**Tabel 2 : Skema PPN dalam Beberapa Skema Transaksi *Online Marketplace***

No	Proses Bisnis	Objek PPN	Saat PPN Terutang	DPP
1	Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu	Penyerahan jasa penyedia waktu dan/atau tempat dalam media lain	Saat penyerahan saat pembayaran atau saat pemanfaatan	Penggantian termasuk semua biaya yang diminta oleh penyelenggara <i>online marketplace</i> karena penyerahan JKP tersebut. Contoh : penggantian, <i>monthly fixed fee, rent fee, registration fee, fixed fee, dan subscription fee.</i>
2	Penjualan Barang dan/atau Jasa	Penyerahan BKP dan/atau JKP	Saat pembayaran	Harga jual, penggantian, dan/atau nilai ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh <i>online marketplace merchant</i> karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut. Contoh : harga jual, penggantian, dan/atau nilai ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.
3	Penyetoran hasil penjualan kepada <i>online marketplace merchant</i> oleh penyelenggara <i>online marketplace</i>	Penyerahan jasa perantara pembayaran	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan	Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>online marketplace</i> karena penyerahan JKP tersebut. Contoh : penggantian, biaya <i>settlement</i> , dan <i>fee</i> penggunaan kartu kredit / kartu debit /



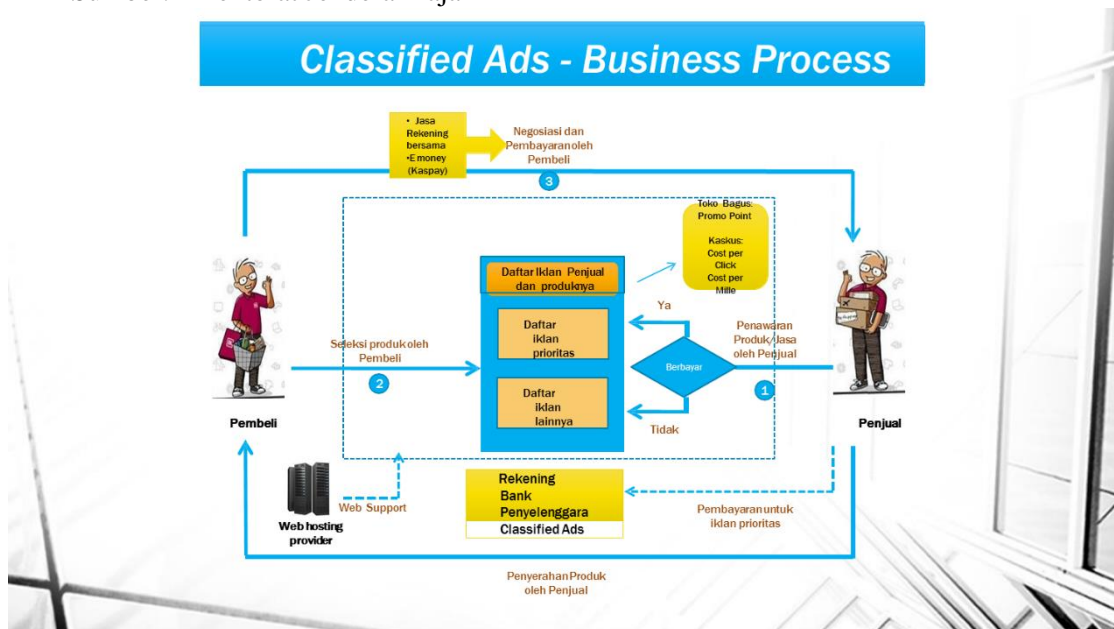
				internet banking.
--	--	--	--	-------------------

Sumber : dikelola oleh peneliti dari Direktorat Jenderal Pajak  
**Classified Ads**

*Classified Ads* adalah situs tempat berkumpulnya para penjual melalui iklan yang dipasangnya di situs penyelenggara jasa classified ads. Para penjual menjajakan dagangannya melalui situs tersebut dengan membayar dalam jumlah tertentu untuk kuota iklan sesuai perjanjian kepada penyelenggara jasa classified ads. Tingkat pembayaran biasanya berbeda untuk setiap fasilitas tertentu yang diberikan. Dalam proses bisnis pada model *Classified Ads* dalam transaksi e-commerce adalah sebagai berikut :

**Gambar 3 : Proses Bisnis atas Transaksi Classified Ads**

Sumber: Direktorat Jenderal Pajak



Untuk ilustrasi skema transaksi e-commerce untuk *Classified Ads* adalah sebagai berikut :

**Gambar 4 : Skema Transaksi E-Commerce untuk Classified Ads**



Sumber: Direktorat Jenderal Pajak

Berikut ini tabel skema PPh dalam beberapa skema transaksi *Classified Ads* adalah sebagai berikut :

**Tabel 3 : Skema PPh dalam Beberapa Skema Transaksi *Classified Ads***

Proses Bisnis	Objek PPh	Subjek PPh	Tarif	Pemotongan PPh
Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu	Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau PPh 26	Orang Pribadi atau Badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi	Untuk penyelenggaraan <i>Classified Ads</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak	Apabila pengiklan sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjukkan sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26

Sumber : dikelola oleh peneliti dari Direktorat Jenderal Pajak

Berikut ini tabel skema PPN dalam beberapa skema transaksi *Classified Ads* adalah sebagai berikut :

**Tabel 4 : Skema PPN dalam Beberapa Skema Transaksi *Classified Ads***

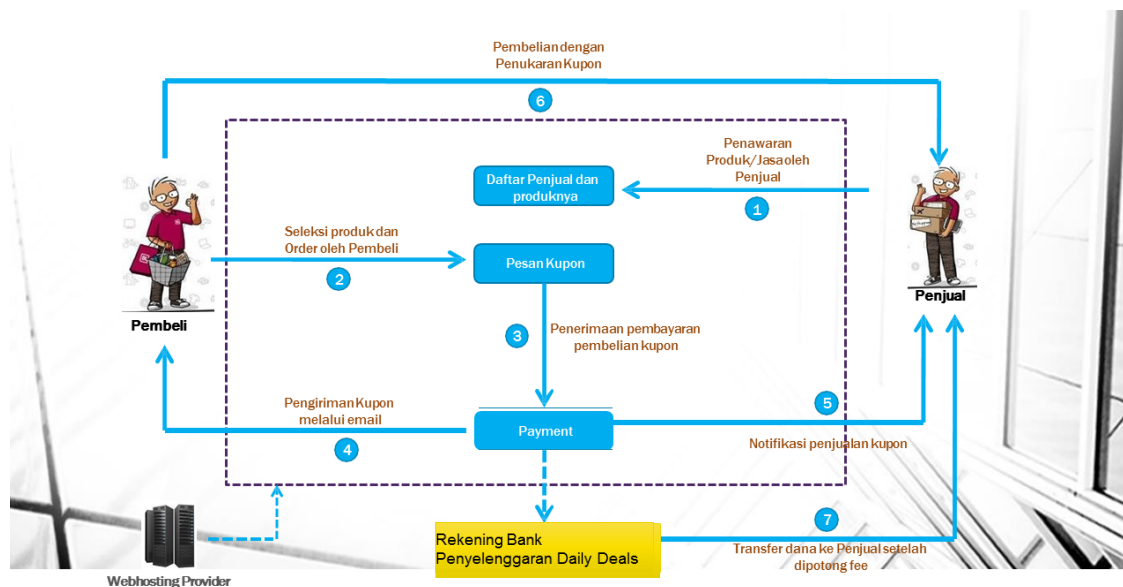
Proses Bisnis	Objek PPN	Saat PPN Terutang	DPP
Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu	Penyerahan jasa penyedia waktu dan/atau tempat dalam media lain (termasuk kemungkinan jasa tersebut diserahkan secara cuma-cuma)	Saat penyerahan saat pembayaran, atau saat pemanfaatan	Penggantian termasuk semua biaya yang diminta oleh penyelenggara <i>Classified Ads</i> karena penyerahan JKP tersebut. Contoh : penggantian dan <i>transaction fee</i> . Dalam hal JKP tersebut diserahkan secara Cuma-Cuma, DPP-nya adalah penggantian dikurangi laba kotor

Sumber : dikelola oleh peneliti dari Direktorat Jenderal Pajak

#### **Daily Deals**

*Daily deals* adalah situs yang menyediakan berbagai macam barang/jasa kepada para pelanggan melalui pembelian berupa kupon dengan tarif diskon/potongan harga dari harga yang ditawarkan di tempat penjualan biasa. Dalam proses bisnis pada model *Daily Deals* dalam transaksi e-commerce adalah sebagai berikut :

**Gambar 5 : Proses Bisnis atas Transaksi *Daily Deals***



Sumber: Direktorat Jenderal Pajak

Berikut ini tabel skema PPh dalam beberapa skema transaksi *Daily Deals* adalah sebagai berikut :

**Tabel 5 : Skema PPh dalam Beberapa Skema Transaksi *Daily Deals***

No	Proses Bisnis	Objek PPh	Subjek PPh	Tarif	Pemotongan PPh
1	Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu	Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26	Orang Pribadi atau Badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi	Untuk penyelenggaraan <i>Daily Deals</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak	Apabila <i>Merchant Daily Deals</i> sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjukkan sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26
2	Penjualan barang dan/atau jasa	Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyedia jasa merupakan objek PPh	Orang Pribadi atau Badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa	Untuk <i>Merchant Daily Deals</i> sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan	Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong/ pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan/pemungutan PPh
3	Penyetoran	Penghasilan	Orang Pribadi	Untuk pihak	Apabila <i>Daily Deals</i>

Hasil Penjualan kepada <i>Daily Deals Merchant</i> Oleh Penyelenggara <i>Daily Deals</i>	dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26	atau Badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran	Penyelenggara <i>Daily Deals</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak	<i>Merchant</i> sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26
--	--	---	---	--

Sumber : dikelola oleh peneliti dari Direktorat Jenderal Pajak

Berikut ini tabel skema PPN dalam beberapa skema transaksi *Daily Deals* adalah sebagai berikut :

**Tabel 6 : Skema PPN dalam Beberapa Skema Transaksi *Daily Deals***

No	Proses Bisnis	Objek PPN	Saat PPN Terutang	DPP
1	Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu	Penyerahan jasa penyedia waktu dan/atau tempat dalam media lain	Saat penyerahan saat pembayaran atau saat pemanfaatan	Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>DD</i> karena penyerahan <i>JKP</i> tersebut.
2	Penjualan Barang dan/atau Jasa	Penyerahan BKP dan/atau <i>JKP</i>	Saat pembayaran	Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh <i>DD Merchant</i> karena penyerahan BKP dan/atau <i>JKP</i> tersebut. Contoh: Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.
3	Penyetoran Hasil Penjualan kepada <i>Daily Deals Merchant</i> Oleh Penyelenggara <i>Daily Deals</i>	Penyerahan jasa perantara pembayaran	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan	Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>DD</i> karena penyerahan <i>JKP</i> tersebut. Contoh: Penggantian, biaya <i>settlement</i> , dan <i>fee</i> penggunaan kartu kredit/kartu debit/ <i>internet banking</i> .

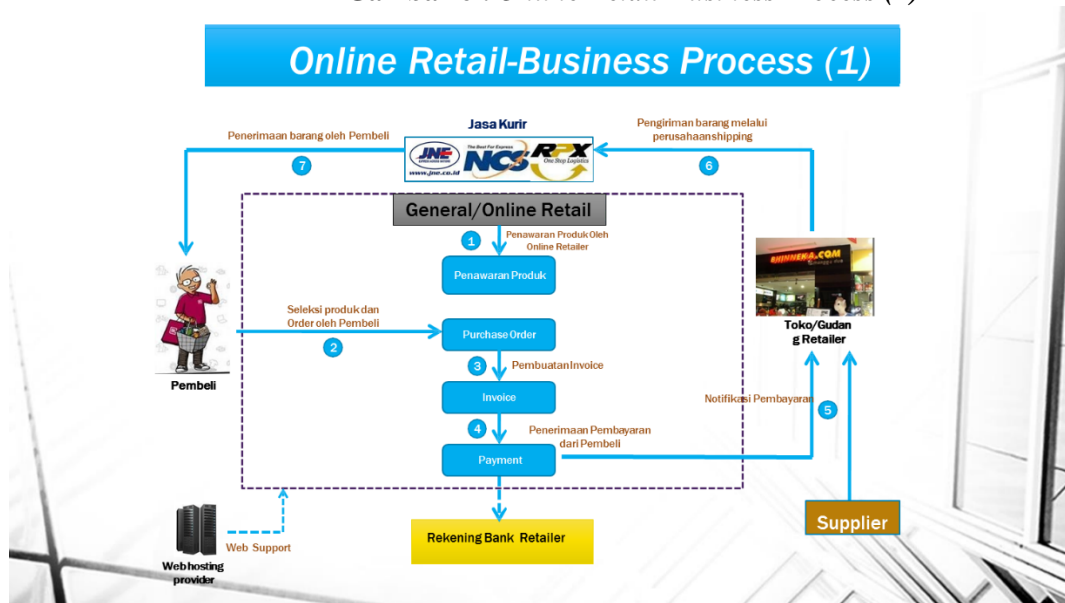
Sumber : dikelola oleh peneliti dari Direktorat Jenderal Pajak

### **Online Retail**

*Online retail* adalah situs yang menjual langsung barang dan atau/jasa dalam bentuk berwujud atau tidak berwujud (digital) kepada pelanggannya. Layaknya sebuah toko, situs ini menjual secara online barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya. Berbeda dengan jenis situs sebelumnya, situs ini biasanya dikelola langsung oleh orang atau perusahaan yang menjual barang dan/atau jasanya. Dalam proses bisnis pada model *Online Retail* dalam transaksi e-commerce adalah sebagai berikut :

Berikut ini tabel skema PPh dalam beberapa skema transaksi *Online Retail* adalah sebagai berikut :

Gambar 6 : *Online Retail-Business Process (1)*



Sumber: Direktorat Jenderal Pajak

Untuk ilustrasi skema transaksi *e-commerce* untuk *Online Retail* adalah sebagai berikut :

Gambar 7 : *Ilustrasi Skema Transaksi e-Commerce: Online Retail*



Sumber: Direktorat Jenderal Pajak

Berikut ini tabel skema PPh dalam beberapa skema transaksi *Online Retail* adalah sebagai berikut :

Tabel 7 : Skema PPh dalam Beberapa Skema Transaksi *Online Retail*

Proses Bisnis	Objek PPh	Subjek PPh	Tarif	Pemotongan PPh
Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu	Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa	Untuk pihak Penyelenggara <i>Online Retail</i> (sekaligus <i>Merchant</i> ) sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17	Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong/ pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan/ pemungutan PPh

Sumber : dikelola oleh peneliti dari Direktorat Jenderal Pajak

Berikut ini tabel skema PPN dalam beberapa skema transaksi *Online Retail* adalah sebagai berikut :

**Tabel 8 : Skema PPN dalam Beberapa Skema Transaksi *Online Retail***

Proses Bisnis	Objek PPN	Saat PPN Terutang	DPP
Penjualan Barang dan/atau Jasa	Penyerahan BKP dan/atau JKP	Saat penyerahan, atau saat pembayaran.	Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>OR</i> karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut. Contoh: Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.

Sumber : dikelola oleh peneliti dari Direktorat Jenderal Pajak

### **Kendala yang dihadapi oleh DJP dalam menerapkan pemajakan ekonomi digital di bidang *e-commerce***

Dalam menerapkan pemajakan ekonomi digital untuk transaksi *e-commerce* tersebut, pihak DJP mengalami beberapa permasalahan atau kendala, yaitu : **1).** Anonimitas data pelaku *e-commerce* yang disebabkan oleh : a). Kesulitan dalam mengetahui pemilik sebenarnya dari situs *e-commerce*; b). kesulitan dalam mengetahui lokasi sebenarnya dari pelaku yang kebanyakan menggunakan domain (.com); c). mudahnya membuka dan menutup usaha *e-commerce*; d). pelaku *e-commerce* di luar negeri tidak diwajibkan membuka kantor cabang/perwakilan di Indonesia, **2).** Sulitnya mendeteksi data transaksi *e-commerce*, **3).** Mudahnya pelaku *e-commerce* menghapus informasi ataupun memberikan informasi yang salah terkait transaksi, dan **4).** Metode pembayaran yang sebagian secara tunai (*cash on delivery*) dan melalui banyak *payment gateway* yang berbeda-beda menyebabkan sulitnya mengetahui nilai transaksi yang sebenarnya.

### **Upaya yang telah dilakukan oleh DJP dalam mengatasi kendala tersebut**

Dalam penjelasan kendala tersebut di atas, maka DJP telah melakukan beberapa hal untuk mengatasi sistem pemajakan ekonomi digital untuk transaksi *e-commerce*, yaitu : **1).** Memperketat izin perdagangan serta izin pembukaan situs dalam rangka berdagang di Indonesia, **2).** Memonitor data pengiriman serta memonitor transaksi dan penggunaan kartu kredit<sup>3)</sup>. Perlu adanya kewajiban bagi pelaku *e-commerce* untuk memastikan data transaksi di situs tetap ada sampai jangka waktu tertentu, dan **4).** Perlu adanya ketentuan yang mengatur kewajiban pembayaran melalui satu *payment gateway* nasional.

## **KESIMPULAN**

Proses bisnis dan aspek pemungutan pajak atas transaksi *e-commerce* dalam era revolusi industri 4.0 di Direktorat Jenderal Pajak. Proses bisnis atas transaksi *e-commerce* dalam era revolusi industri di Indonesia hanya ada 4 (empat) model, yaitu : *Online Marketplace*, *Classified Ads*, *Daily Deals*, Dan *Online Retail*. Untuk aspek pemungutan pajak atau perlakuan perpajakan yang digunakan masih merujuk pada kebijakan yang sudah ada saat ini yaitu pada peraturan perpajakan PPh dan PPN, belum ada peraturan khususnya. Sementara untuk proses bisnis dan model kebijakan administrasi perpajakan atas transaksi *e-commerce* terhadap media sosial ditinjau dari konsep *Equality* belum di desain oleh pihak DJP.

Kendala yang dihadapi oleh DJP dalam menerapkan pemajakan ekonomi digital di bidang *e-commerce*. Kendala yang dihadapi oleh DJP dalam menerapkan pemajakan ekonomi digital di bidang *e-commerce*, yaitu : kesulitan terkait dengan anonimitas data pelaku *e-commerce*, sulitnya mendeteksi

data transaksi *e-commerce*, mudahnya pelaku *e-commerce* menghapus informasi ataupun memberikan informasi yang salah terkait transaksi, dan metode pembayaran.

Upaya yang telah dilakukan oleh DJP dalam mengatasi kendala tersebut. Upaya yang telah dilakukan oleh DJP dalam mengatasi kendala tersebut, adalah : memperketat izin perdagangan serta izin pembukaan situs, memonitor data pengiriman serta memonitor transaksi, mengatur adanya kewajiban bagi pelaku *e-commerce* untuk memastikan data transaksi di situs tetap ada sampai jangka waktu tertentu, dan mengatur kewajiban pembayaran melalui satu *payment gateway* nasional.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Darussalam, Danny Septriadi, dan Khisi Armaya Dhora. 2018. *Konsep Dan Studi Komparasi Pajak Pertambahan Nilai*. Jakarta: Danny Darussalam Tax Center
- Rahman Abdul. 2010. *Panduan Pelaksanaan Administrasi Perpajakan untuk Karyawan, Pelaku Bisnis dan Perusahaan*. Bandung: Nuansa.
- Suandy Erly. 2011. *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia. Edisi Sepuluh. Buku Satu*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wira Sakti, Nufransa. 2014. *Buku Pintar Pajak E-Commerce*. Visi Media.
- Suryadi. 2011. *Model Hubungan Kausal Kesadaran, Pelayanan, Kepatuhan Wajib Pajak dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak: Suatu Survei di Wilayah Jawa Timur*. *Jurnal Keuangan Publik*. Vol.4 (1) Hal. 105-121
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Bandung.