



Politik Hukum Pembebanan Pajak dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia

Mohammad Hanif Akbar^{1*}, Sanusi², Soesi Idayanti³, Moh. Taufik⁴

¹⁻⁴Magister Ilmu Hukum, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

E-mail: gazzam149@gmail.com¹⁻², Soesi_idayanti@upstegal.ac.id³, moh_taufik@upstegal.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: gazzam149@gmail.com

Abstract. The 2019 e-commerce survey conducted by the Central Bureau of Statistics (BPS) revealed that many business sectors had begun adopting online sales, accounting for 45.31% of total businesses in Indonesia between 2017 and 2018. During this period, there were 13,485 e-commerce businesses with sales reaching IDR 17.21 trillion from 24.82 million transactions. This growth continued, as the 2023 e-commerce survey estimated that the number of e-commerce businesses in Indonesia reached 2,995,986 in 2022. However, a significant issue remains, as only 20.72% of e-commerce businesses prepare financial reports. This study aims to examine the legal policy of tax imposition on e-commerce transactions, including the challenges and opportunities in implementing e-commerce taxation in Indonesia. This research uses a library research method with an empirical juridical approach and qualitative analysis of taxation policies related to e-commerce transactions. Tax collection is based on legal provisions, as stated in Article 23A of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia, which regulates taxes and other compulsory state charges through laws. The Directorate General of Taxes circular refers to guidelines issued by the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) regarding electronic commerce.

Keywords: Digital Tax; E-Commerce; Legal Policy; Tax Implementation; Taxation Law.

Abstrak. Hasil survei e-commerce di tahun 2019 yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS), ditemukan fakta bahwa sebagian besar jenis usaha, mulai merambah kepada penjualan online, yaitu diantara 45,31 persen dari total usaha yang ada di Indonesia dari tahun 2017 sampai dengan 2018, dengan 13.485 usaha e-commerce dan jumlah penjualan sebesar 17,21 triliun rupiah, yang didapatkan dari 24,82 juta transaksi. Kemudian terus berkembang sampai dengan survei e-commerce di tahun 2023 dengan jumlah usaha e-commerce di Indonesia tahun 2022 diperkirakan tumbuh menjadi 2.995.986 pelaku usaha. Namun ada fakta yang cukup mencengangkan dimana hanya 20,72 persen usaha e-commerce di Indonesia yang membuat laporan keuangan. Tujuan penelitiannya adalah Bagaimana Politik Hukum Pembebanan Pajak dalam transaksi E-commerce tantangan dan peluang dalam Implementasi Pembebanan Pajak dalam Transaksi E-commerce di Indonesia. Jenis penelitian adalah kepustakaan metode pendekatan adalah metode yuridis empiris dengan Analisa kualitatif menyangkut kebijakan tentang pembebanan pajak transaksi E Commerce. Pajak dipungut berdasarkan undang-undang, sebagaimana tercantum dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa “pajak dan bea masuk wajib lainnya untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang.” Surat edaran Direktur Jenderal Pajak tersebut mengacu pada pedoman yang dikeluarkan Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) mengenai bisnis elektronik.

Kata Kunci: E-Commerce; Implementasi Pajak; Kebijakan Pajak; Pajak Digital; Politik Hukum.

1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai suatu negara berdiri dengan tujuan untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia serta memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut melaksanakan ketertiban dunia serta mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945, sebagaimana tercantum dalam Pembukaan UUD Republik Indonesia Tahun 1945. Untuk meraih tujuan-tujuan yang telah disebutkan, diperlukan anggaran yang cukup besar, di mana sumber dana tersebut berasal dari pengelolaan sumber daya alam serta sumber daya manusia (Hasiholan, 2025).

Pajak merupakan kontribusi yang harus dibayarkan oleh individu atau badan kepada negara, yang bersifat wajib berdasarkan peraturan, tanpa adanya imbalan langsung, dan digunakan untuk kepentingan negara demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sesuai dengan definisi pajak yang disampaikan oleh Soeparman Soemahamidjaya, pajak adalah kewajiban dalam bentuk uang atau barang yang dikumpulkan oleh otoritas menurut ketentuan hukum untuk menutupi biaya produksi barang dan jasa yang bersifat kolektif demi mencapai kesejahteraan bersama (Claudia RM, 2023).

Sistem penarikan pajak yang diterapkan saat ini ialah *Self Assesment System*, yaitu sistem yang memberikan kepercayaan serta kewajiban bagi wajib pajak untuk menghitung, menyetorkan, dan melaporkan secara mandiri jumlah pajak yang harus dibayar. Dalam hal ini, pemerintah bertanggung jawab untuk melakukan pembinaan, penelitian, dan pengawasan terhadap pelaksanaan kewajiban perpajakan, khususnya terkait dengan pajak atas penghasilan yang diperoleh baik oleh entitas, individu, maupun jenis usaha lainnya.

Kemajuan teknologi dan informasi, Indonesia kini menginjak fase ekonomi digital, di mana beragam transaksi jual beli barang atau jasa dapat dilakukan secara daring. Pertumbuhan perdagangan digital ini berakar dari kemudahan yang diberikan kepada pelaku bisnis dalam memasarkan produk mereka, serta menghilangkan kebutuhan biaya tambahan untuk mendirikan toko fisik, seperti yang terjadi dalam model perdagangan tradisional. Munculnya banyak platform e-commerce atau bisnis daring dari berbagai lapisan masyarakat di Indonesia berkembang jauh melebihi pedagang tradisional, sehingga mendorong pesatnya perkembangan perdagangan e-commerce, karena dalam perdagangan daring terdapat potensi pasar yang tidak terhingga (Lukito, 2017).

Era digitalisasi eksistensi manusia semakin tunduk pada inovasi, salah satunya teknologi informasi yang ditopang oleh kemajuan elektronika dan telekomunikasi. Peran teknologi informasi mempermudah proses Transaksi bisnis baik benda ataupun jasa yang ditawarkan menjadi lebih beragam, baik produksi yang dikirim secara lokal, maupun produksi yang dikirim dari negara asing. Kemajuan tersebut telah menghasilkan berbagai bentuk fasilitas telekomunikasi dan item inovasi data yang disempurnakan untuk memudahkan segala aktivitas manusia setiap harinya. Menurut survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2019 pengguna internet mencapai 64,8% atau 171,17 juta jiwa pengguna internet dari 264,16 juta jiwa penduduk Indonesia. Sedangkan pada tahun 2019-2020 mengalami kenaikan mencapai 73,7% atau 196,71 juta jiwa pengguna internet dari 266,91 juta jiwa dari penduduk Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Internet, 2021).

Hal tersebut merupakan salah satu faktor pertumbuhan yang menjadikan bisnis *e-commerce* mengalami kemajuan (Pratiwi, 2023).

Hasil survei *e-commerce* di tahun 2019⁶ yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS), ditemukan fakta bahwa sebagian besar jenis usaha, mulai merambah kepada penjualan online, yaitu diantara 45,31 persen dari total usaha yang ada di Indonesia dari tahun 2017 sampai dengan 2018, dengan 13.485 usaha *e-commerce* dan jumlah penjualan sebesar 17,21 triliun rupiah, yang didapatkan dari 24,82 juta transaksi. Kemudian terus berkembang sampai dengan survei *e-commerce* di tahun 2023⁷ dengan jumlah usaha *e-commerce* di Indonesia tahun 2022 diperkirakan tumbuh menjadi 2.995.986 pelaku usaha. Namun ada fakta yang cukup mencengangkan dimana hanya 20,72 persen usaha *e-commerce* di Indonesia yang membuat laporan keuangan.

Pembahasan tentang politik hukum saat ini memang ramai diperbincangkan, meskipun mungkin kita sebenarnya kurang memahami apa yang dimaksud dengan istilah tersebut. Mengutip definisi Politik Hukum dari Satjipto Rahardjo, Politik Hukum merupakan aktivitas dalam memilih serta strategi yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan sosial dengan adanya regulasi tertentu di masyarakat yang dapat menjawab pertanyaan mendasar, seperti apa tujuan yang ingin diraih melalui sistem yang ada, apa cara paling efektif untuk mencapainya, kapan sebaiknya peraturan tersebut perlu diubah, dan terakhir, apakah ada cara standar dan konsisten yang bisa dirumuskan untuk membantu menentukan proses pemilihan tujuan dan cara mencapai tujuan tersebut dengan efektif. Dalam konteks ini, diperlukan adanya kebijakan hukum di bidang perpajakan yang mampu mendukung perkembangan ekonomi digital, baik dari perspektif penerimaan negara maupun kemudahan beroperasi.

Pada masa lalu seorang individu yang kerap ingin berbelanja harus bertransaksi dengan penjual terlebih dahulu dan suatu keharusan membayar dengan pembayaran tunai. Namun dalam perkembangan dunia perdagangan saat ini seorang individu tidak harus bertransaksi dengan penjual secara langsung melainkan dengan sistem *elektronik commerce*. Sistem *elektronik commerce* tersebut yaitu penjual diwakilkan oleh sebuah sistem yang melayani proses bertransaksi dengan konsumen secara *online* dan media perantaranya berupa jaringan komputer (Lukito, 2021).

Hukum *e-commerce* merupakan bagian dari hukum dagang atau hukum *bussines* yang pertumbuhannya berlanjut karena efek dari perubahan zaman yang merubah teknologi yang pada dasarnya perubahan teknologi hasil dari revolusi industri 4.0 atau revolusi berbasis virtual, hukum dagang pada awalnya merupakan hukum perdata khusus untuk para pedagang yang membutuhkan hukumnya sendiri akibat dari terlalu cepatnya kebutuhan hukum dari para

pedagang itu sendiri. (Kansil, 2018) Sistem perdagangan yang digunakan dalam *e-commerce* ini dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan secara elektronik ini dibuat pada saat pembelian, pemeriksaan, dan pengiriman (haris, 2000). Oleh karena itu, informasi yang di sediakan mengenai perusahaan dan konsumen harus secara benar dan akurat karena hal tersebut merupakan suatu syarat yang mutlak (Halim, 2010).

Bisnis melalui media internet telah menjadi bisnis yang paling diminati saat ini, dapat dilihat dari terus meningkatnya di era digital saat ini. Pertumbuhan tersebut dapat kita lihat dimasa sekarang banyak yang

berjualan dengan toko-toko *online* atau biasa kita sebut dengan istilah *online shop*. Transaksi dari *onlines shop* inilah yang dinamakan proses transaksi *e-commerce*. (leonard, 2016) Transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami kemajuan dalam 3 tahun terakhir. Saat ini ada sekitar 10 Juta penjual aktif yang bertransaksi menggunakan *e-commerce*. Dimana sebagian besar merupakan pengusaha mikro yang berpendapatan sebesar Rp. 300 juta tiap tahun. Dari hasil survei *We Are Social* pada April tahun 2021 pengguna media sosial di Indonesia yang menggunakan *platform* paling banyak digunakan yaitu transaksi *e-commerce* sebesar 88,1% (*Survey We are Social*, 2021).

Pesatnya sistem teknologi dan informasi terutama dalam sektor perdagangan elektronik, mendorong pemerintah untuk menciptakan regulasi yang mengatur tentang ekonomi berbasis elektronik termasuk regulasi tentang sistem perpajakan *e-commerce*. Pemerintah mengeluarkan regulasi tentang pajak *e-commerce* terdapat dalam Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang penegasan pajak atas transaksi *e-commerce*.

Terdapat empat model *e-commerce* yang akan dikenai pajak pertambahan nilai (PPn) 12%, yaitu *marketplace*, *classified ads*, *daily deals*, dan *peritel online*. Lampiran surat edaran tersebut juga mempertegas aspek mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan, pajak penghasilan (Pph), pajak pertambahan nilai (PPn). dan pajak penjualan atas barang mewah (Santoso, 2019). Sama seperti pada bisnis *non online* tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia (UURI) Nomor 16 tahun 2009 yang terakhir kali diubah menjadi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, pajak penghasilan berdasarkan UURI nomor 36 tahun 2008 yang terakhir kali diubah menjadi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dan pajak pertambahan nilai barang dan jasa serta pajak penjualan atas barang mewah berdasarkan UURI nomor 42 tahun 2009 yang terakhir kali diubah menjadi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang objek pajak, subjek pajak, dan nilai atau besaran pajak uang yang dibebankan tidak ada perbedaan dengan yang telah diatur melalui Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE- 62/PJ/2013. Perbedaan terjadi hanya pada tata cara dan prosedur dengan kondisi jenis pasar yang digunakan oleh pelaku atau subjek pajak dalam bertransaksi yang berwujud *platform marketplace*. Dalam terbitkannya PMK Nomor 210/PMK.010/2018 sempat membuat ricuh karena terjadi kesimpangsiuran dalam pengusaha *e-commerce* karena kurangnya sosialisasi dan waktu mendengar masukan dan pendapat dari para pelaku bisnis *ecommerce*. Dari hal tersebut maka Peraturan Kementerian Keuangan menunda implementasi Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 dengan cara mencabut melalui Peraturan Menteri Keuangan Nomor 31/PMK.010/2019 yang di tandatangani pada tanggal 29 Maret 2019. Dengan demikian, mulai 1 April 2019 pajak *e-commerce* diberlakukan kembali sesuai dengan Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor: SE-62/PJP/2013 (Tutik Y, 2019).

Pada tanggal 1 Juli tahun 2020 kementerian keuangan memberlakukan kembali regulasi baru tentang *e-commerce* dalam 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 sistem elektronik. Namun dalam faktanya kebijakan tersebut juga belum mempunyai implikasi hukum yang kuat untuk mengatur pengguna *e-commerce* dikarenakan didalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 48 Tahun 2020 tidak diatur mengenai prosedur penyelesaian sengketa dalam kasus-kasus ketidakpatuhan pajak. Prosedur yang digunakan saat ini masih sama dengan prosedur sengketa pajak *non online*, akan tetapi pada akhirnya regulasi tersebut berujung sama yang masih sulit diberlakukan untuk ekonomi digital.

Kemajuan teknologi yang ditawarkan pada era globalisasi bukan tanpa risiko, kerugian dan hambatan. Selain menangani permasalahan dalam *cyber space* atau biasa kita sebut dengan istilah dunia maya, juga memiliki permasalahan dalam penerapan pajak. Salah satu permasalahan tersebut yaitu pemerintah menghadapi ke sulitan sendiri dalam mengelola permasalahan pajak, terutama pajak penghasilan *e-commerce*, karena kemajuan yang sangat pesat dalam dunia bisnis tidak selalu diikuti oleh kemajuan besar yang setara di bidang hukum.

Hal tersebut dikarenakan bisnis *e-commerce* menumbuhkan proses bisnis baru, terlalu banyak data, tidak menggunakan kertas, bergerak sangat cepat, dan juga perkembangan ketentuan hukum atau regulasi. Permasalahan- permasalahan pajak terkait *e-commerce* di Indonesia sendiri dikarenakan pemerintah belum memiliki informasi yang pasti terkait

keseluruhan transaksi belanja dalam internet, sehingga masih ada kesulitan dalam memastikan perhitungan pajak dan pengawasan dalam kegiatan bisnis *e-commerce* (Cahya, 2018). Padahal potensi penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* cukup menguntungkan mengingat banyaknya proses transaksi yang timbul dari bisnis *e-commerce* tersebut. Akibat belum adanya regulasi dari ketetapan penerapan pajak tersebut menimbulkan permasalahan yang berkaitan dengan banyaknya penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* menjadi hilang (*potential loss*) (Santoso, 2018). Bagaimana arah kebijakan Politik Hukum Pembebanan Pajak Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia?

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kepustakaan "*library research*". Pendekatan yang digunakan oleh penulis yaitu pendekatan normatif. Penelitian hukum normatif merupakan suatu proses penelitian yang dilakukan untuk mengkaji tentang hukum sebagai norma, aturan, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum, kepustakaan lainnya untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti (Mehaemin, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Arah kebijakan Politik Hukum Pembebanan Pajak dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia

Pajak merupakan Kontribusi wajib kepada negara yang tertuang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang - undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Pasal 1 Angka 1 Undang - Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan). Tidak semua rakyat Indonesia diwajibkan untuk membayar pajak, namun hanya mereka yang memenuhi syarat sebagai wajib pajak, seperti yang diatur dalam perundang-undangan (Pasal 23A UUD 1945 yaitu "pajak dan pungutan yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang - undang"). Jika pajak tidak diatur di dalam peraturan perundang-undangan, maka akan dianggap sebagai perampokan kepada rakyat. Di Indonesia, sistem pemungutan pajak yang berlaku adalah *self assessment system*, yang merupakan sistem yang memberikan kepercayaan dan tanggung jawab untuk menghitung, menyeter, dan melaporkan sendiri besar pajak yang terutang oleh wajib pajak. Peran pemerintah dalam hal itu yaitu melaksanakan penelitian, pembinaan, serta pengawasan terhadap pemenuhan wajib pajak, salah satunya adalah pajak penghasilan.

Terdapat beberapa macam pajak yang dipungut oleh pemerintah dan menjadi penerimaan negara, salah satunya adalah pajak penghasilan. Pajak penghasilan merupakan pajak atas setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diperoleh wajib pajak. Laba termasuk sebagai beberapa jenis usaha perdagangan barang atau jasa. Pada masa ini, transaksi jual beli barang tak lagi hanya dilakukan secara konvensional yaitu jenis transaksi pada umumnya yang dimana para pedagang memiliki suatu lahan atau tempat usaha agar pembeli dan penjual saling berhadapan untuk menjual dan membeli barang, tetapi juga telah dilakukan melalui media internet atau yang biasa disebut dengan transaksi jual beli (*e-commerce*). Terdapat beberapa kemudahan, seperti penjual tidak perlu menyewa tempat, stok barang, atau menyewa pegawai yang menjadikan *e-commerce* sebagai salah satu bisnis yang paling diminati orang. Perkembangan teknologi yang begitu pesat tentu sangat mempengaruhi gaya hidup orang-orang secara otomatis. Berbagai informasi melalui media yang terkoneksi melalui internet menjadikan siapapun dapat dengan mudah mengakses informasi tersebut. Dalam transaksi *e-commerce*, seringkali orang mengira bahwa pajak tidak berlaku karena transaksi dilakukan secara virtual. Namun, transaksi yang terjadi tetap mendatangkan penghasilan, sehingga tidak ada perbedaan manfaat secara ekonomis yang didapat Keuntungan yang didapat akan sangat besar jika para pedagang online tidak dikenakan pajak dari pemerintah. Berbeda dengan pedagang konvensional pada umumnya. Maka terjadi tumpang tindih dalam hal perpajakan. Hal ini menjadi sangat serius karena perputaran uang pada dunia maya lebih besar daripada dunia nyata. Masih banyak wajib pajak yang melakukan penghindaran dalam membayar pajak, baik pajak penghasilan maupun pajak pertambahan nilai dari transaksi *e-commerce*. Maka pertumbuhan yang pesat ini harus dijaga agar tidak terjadi permasalahan yang diakibatkan perpajakan. Aspek perpajakan dalam *e-commerce* menjadi perhatian utama bagi otoritas perpajakan, khususnya terkait dengan kepastian apakah transaksi jual beli melalui platform elektronik dapat dikenakan pajak atau tidak. Pengaturan pemungutan pajak dalam transaksi elektronik (*e-commerce*) di Indonesia didasarkan pada prinsip bahwa pajak dipungut berdasarkan undang-undang, sebagaimana tercantum dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa “pajak dan bea masuk wajib lainnya untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang.” Berdasarkan ketentuan tersebut, Rochmat Soemitro menjelaskan bahwa pajak merupakan suatu perjanjian yang bersumber dari undang-undang yang mewajibkan warga negara untuk memberikan sebagian hartanya kepada negara. Negara memiliki kewenangan untuk memaksa dan memungut pajak yang kemudian digunakan untuk kepentingan pembangunan nasional. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan terciptanya sistem pembayaran pajak yang sesuai dengan ketentuan hukum

serta memberikan kepastian dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Prinsip ini sejalan dengan konsep yang dikenal di Inggris melalui ungkapan “*No Taxation Without Representation*”, serta pandangan di Amerika bahwa perpajakan tanpa dasar hukum merupakan bentuk pemaksaan atau pencurian, yang menunjukkan bahwa pemungutan pajak harus memiliki legitimasi hukum yang jelas.

Pasal 23A UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 secara tegas mengatur bahwa pemungutan pajak harus berlandaskan pada asas-asas hukum yang menjadi dasar penyelenggaraan negara hukum. Beberapa prinsip dalam pemungutan pajak meliputi asas sumber, asas domisili, asas nasional, asas hukum yang menegaskan bahwa pemungutan pajak harus berdasarkan supremasi hukum, asas ekonomi yang menyatakan bahwa pemungutan pajak tidak boleh menghambat kegiatan produksi maupun perekonomian masyarakat, serta asas keuangan yang menekankan bahwa biaya pemungutan pajak harus lebih kecil dibandingkan dengan jumlah penerimaan pajak yang diperoleh. Selain itu, Adam Smith dalam karyanya yang berjudul *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* mengemukakan konsep *the four canons of taxation* yang terdiri atas prinsip kesetaraan dan keadilan, jaminan hukum, kemudahan pembayaran pajak, serta prinsip keekonomian dalam pemungutan pajak, yaitu biaya pemungutan harus lebih rendah dibandingkan dengan penerimaan pajak yang diperoleh.

Politik hukum perpajakan nasional tidak dapat dipisahkan dari kondisi sosial, politik, dan ekonomi Indonesia yang terus mengalami perkembangan, termasuk dalam hal perubahan regulasi perpajakan. Politik hukum perpajakan memiliki tujuan untuk membentuk sistem hukum nasional yang sesuai dengan cita-cita bangsa sebagaimana tercantum dalam Pembukaan UUD 1945, yaitu melindungi seluruh bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta berperan dalam menciptakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan. Salah satu perkembangan bisnis global yang semakin pesat adalah munculnya bisnis berbasis digital atau transaksi elektronik (*e-commerce*). Sistem perdagangan ini memungkinkan kegiatan jual beli dilakukan tanpa adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, melainkan melalui jaringan internet yang mampu menghubungkan pelaku usaha dengan pasar global secara cepat dan tanpa batas wilayah negara.

Perkembangan sistem *e-commerce* memberikan tantangan baru dalam aspek perpajakan karena aktivitas bisnis digital memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan transaksi konvensional. Meskipun demikian, pelaku usaha berbasis elektronik tetap memiliki kewajiban untuk memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya. Peralihan aktivitas perdagangan dari sistem konvensional menuju sistem digital juga berdampak pada penerapan

pajak terhadap pelaku usaha *e-commerce*, seperti pengenaan Pajak Penghasilan (PPH) serta Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi barang dan jasa tertentu, termasuk barang mewah. Dengan demikian, setiap perubahan pola transaksi bisnis yang sebelumnya dikenakan pajak dalam sistem perdagangan konvensional pada prinsipnya tetap dapat dikenakan pajak dalam transaksi elektronik selama memenuhi ketentuan peraturan perpajakan yang berlaku.

Dengan terbitnya surat edaran SE Direktur Jenderal Pajak nomor 62/PJ/2013 tentang penyajian kembali masukan pajak dalam transaksi ecommerce, ditegaskan bahwa pajak masukan dalam transaksi *e-commerce* semakin mengacu pada hal tersebut. Peraturan perundang-undangan perpajakan yang ada, seperti Undang-Undang tentang perpajakan umum, undang-undang tentang pajak penghasilan dan yang terbaru tentang pajak pertambahan nilai atas barang mewah. Surat edaran Direktur Jenderal Pajak tersebut mengacu pada pedoman yang dikeluarkan *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) mengenai bisnis elektronik. Pada dasarnya, surat edaran tersebut bermaksud menegaskan bahwa tidak ada pajak baru pada *e-commerce*. Perpajakan dan transaksi ini selalu mengacu pada peraturan perundang-undangan perpajakan. Namun karena berbagai alasan, belanja online atau *e-commerce* mempunyai ciri khas tersendiri yang berbeda dengan belanja melalui pasar pada umumnya, sedangkan dalam hal ini bisnis komputer mengacu pada prinsip kepercayaan. Bukan sekedar kepercayaan, namun manfaat dan efisiensi *e-commerce* diharapkan dapat meningkatkan omset perusahaan *e-commerce* dalam waktu singkat. Melihat hal tersebut, maka penting untuk mengkaji ulang Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak tentang Persetujuan Pajak atas e-business yang menjadikan pajak atas bisnis *offline* dan bisnis *online*.

E-commerce mempunyai ciri khas tersendiri, karena sifat dan ciri transaksi perdagangan online berupa sistem transaksi antar muka yang dilakukan tanpa tatap muka, dimana transaksinya dilakukan melalui suatu sistem yang mampu diaktifkan secara otomatis ketika ada pesanan, oleh karena itu sangat penting untuk mempertimbangkan bahwa pengenaan pajak yang diterapkan pada transaksi online mungkin tidak tepat. Pada pajak *e-commerce* terdapat tiga kelompok berbeda, yakni: pedagang *marketplace*, *platform marketplace*, dan *e-commerce* yang dilakukan di luar pasar; Undang-undang perpajakan yang berlaku bagi pedagang pasar produk dan jasa. Semua vendor yang menjual barang atau jasa di pasar harus mematuhi aturan, baik usaha mapan maupun pedagang kecil tunduk pada undang-undang ini tanpa kecuali, Undang-undang perpajakan yang mengatur bisnis yang mengoperasikan atau memiliki *platform marketplace*.

Perusahaan yang menyediakan *platform* sebagai pasar tunduk pada persyaratan pajak *e-commerce* ini. Salah satu contoh bisnis yang menguasai yaitu Shopee atau Tokopedia, di antara beberapa pasar lainnya. Adapun pengaturan dalam melakukan *e-commerce* sebagai wajib pajak adalah sebagai berikut: a. Memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Status Pengusaha Kena Pajak (PKP). b. Memungut, membayar, dan mengajukan pajak penghasilan (PPh) dan pajak pertambahan nilai (PPN) bersamaan dengan platform penawaran atau tempat bagi pedagang untuk menjual barang dan jasanya. c. Menyusun, membayar, dan mengungkapkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh) yang berkaitan dengan penjualan pasar barang hasil produksi sendiri. d. Laporan menyusun daftar setiap transaksi yang terjadi di *platform marketplace*.

Pihak yang menyediakan fasilitas yang berfungsi sebagai pasar elektronik, yaitu tempat bertemunya vendor dan penyedia jasa untuk melakukan pertukaran barang dan jasa, disebut sebagai penyedia platform marketplace. Calon pelanggan dapat melakukan pembelian barang maupun jasa melalui pengguna platform seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, dan berbagai platform lainnya yang menjadi penyedia *marketplace* populer di Indonesia. Selain itu, perusahaan besar yang bergerak dalam sektor transportasi juga dapat dikategorikan sebagai penyedia *platform marketplace* karena menyediakan layanan digital yang mempertemukan penyedia jasa dengan pengguna layanan.

Ketentuan peraturan perpajakan untuk transaksi *e-commerce* di luar marketplace berlaku bagi pelaku usaha yang menggunakan berbagai jalur transaksi elektronik. Salah satu bentuknya adalah pembelian secara online melalui ritel online, yaitu kegiatan penjualan barang oleh pengecer melalui suatu situs *web*. Dalam rantai distribusi, terdapat beberapa pihak yang terlibat, yaitu produsen, pedagang grosir, dan konsumen. Dalam proses perpajakan ritel online, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, meliputi objek pajak, subjek pajak, dan tarif pajak.

Objek pajak dalam transaksi *e-commerce* ritel online adalah penghasilan yang diperoleh dari kegiatan penjualan barang maupun pemberian jasa. Apabila penghasilan dari transaksi tersebut memenuhi ketentuan sebagai objek pemotongan atau pemungutan pajak penghasilan, maka kewajiban perpajakan harus dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, objek pajak mencakup penghasilan dari kegiatan perdagangan atau usaha dengan peredaran bruto tahunan tidak melebihi Rp4.800.000.000 yang diterima atau diperoleh oleh wajib pajak. Selain itu, penghasilan tersebut tidak termasuk pendapatan dari kegiatan usaha tertentu yang dikecualikan dalam

ketentuan perpajakan, serta perhitungan omzet dilakukan berdasarkan keseluruhan peredaran usaha suatu organisasi termasuk cabang-cabangnya.

Subjek pajak dalam transaksi *e-commerce* online adalah orang pribadi maupun badan usaha yang memperoleh penghasilan dari kegiatan penjualan produk atau pemberian jasa. Dalam kegiatan bisnis online, pihak yang menyediakan barang atau jasa melalui *platform* digital termasuk sebagai subjek pajak yang memiliki kewajiban perpajakan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013, subjek pajak meliputi orang pribadi dan badan usaha, kecuali bentuk usaha tetap, yang memperoleh penghasilan dari kegiatan usaha dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4.800.000.000 per tahun.

Dalam hal tarif pajak, apabila wajib pajak orang pribadi maupun badan usaha ditetapkan sebagai pihak yang melakukan pemotongan atau pemungutan pajak dalam kegiatan *e-commerce*, maka wajib pajak tersebut harus melaksanakan kewajiban pemotongan atau pemungutan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kewajiban tersebut berlaku apabila penghasilan yang diperoleh tidak termasuk dalam kategori penghasilan yang dikenakan Pajak Penghasilan (PPh) final berdasarkan Pasal 4 ayat (2).

Selain ritel online, bentuk transaksi *e-commerce* lainnya adalah iklan baris (*classified ads*), yaitu kegiatan memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau pemberian jasa melalui media digital yang dapat dikenakan Pajak Penghasilan. Apabila penghasilan dari kegiatan tersebut memenuhi kriteria sebagai objek pemotongan atau pemungutan PPh, maka ketentuan perpajakan terkait pemotongan atau pemungutan pajak harus diterapkan. Subjek pajak dalam kegiatan iklan baris adalah individu maupun badan hukum yang memperoleh penghasilan dari aktivitas penjualan barang atau pemberian jasa. Pihak yang menjual barang atau menyediakan jasa melalui pasar online disebut sebagai pemasar online. Dasar hukum pengenaan pajaknya mengacu pada Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, dan Pasal 22 Undang-Undang Pajak Penghasilan.

Bentuk transaksi *e-commerce* lainnya adalah *daily deals*, yaitu *platform* yang berfungsi sebagai wadah bagi pelaku usaha untuk menawarkan barang dan/atau jasa kepada pelanggan melalui sistem voucher sebagai metode pembayaran. Aktivitas tersebut termasuk dalam penyediaan *platform* yang mendukung kegiatan perdagangan secara elektronik. Selain itu, terdapat pula transaksi melalui platform internet seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual yang menjadi bagian dari media digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta menghasilkan konten secara daring.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Arah kebijakan Politik Hukum Pembebanan Pajak Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia, Bahwa Pajak dipungut berdasarkan undang-undang, sebagaimana tercantum dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa “pajak dan bea masuk wajib lainnya untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang.” Surat edaran Direktur Jenderal Pajak tersebut mengacu pada pedoman yang dikeluarkan *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) mengenai bisnis elektronik.

Pengenaan beban pajak tidak boleh diskriminatif. Pelaku e-commerce (baik *social commerce* maupun *marketplace*) harus dikenakan kewajiban yang setara dengan toko fisik untuk menghindari perpindahan modal secara tidak wajar (*shadow economy*). Platform *marketplace* wajib bertindak sebagai pihak pemungut (dengan-agent) pajak yang efisien, guna memastikan seluruh transaksi terdata.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, A. M., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce: Dasar dan teori digital* (Cetakan ke-1). Yayasan Kita Menulis.
- Andewi, K. (2021). *Pertumbuhan badan usaha di Indonesia*. ALPRIN.
- Arief, D. M., & Gultom, E. (2019). Dalam A. H. Bartakullah, *Hukum transaksi elektronik* (Cetakan ke-2). Nusa Media.
- Ayza, B. (2017). *Hukum pajak Indonesia* (Cetakan ke-1). Kencana.
- Bartakullah, A. H., & Syahrida. (2010). *Sengketa transaksi e-commerce internasional*. FH Unlam Press.
- Devany, S. (2006). *Perpajakan: Konsep, teori dan isu* (Edisi pertama, Cetakan ke-1). Kencana.
- Dewi, F. K. C. (2019). *Pungutan pajak perdagangan melalui elektronik (e-commerce) antar negara berdasarkan hukum perpajakan Indonesia*. <https://doi.org/10.15408/jlr.v1i5.12179>
- Diantha, I. M. P. (2017). *Metodologi penelitian hukum normatif* (Cetakan ke-2). Kencana.
- Dini, A. C. (2018). Kebijakan optimalisasi pajak penghasilan dalam kegiatan e-commerce. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran*, 4(2). <https://doi.org/10.25123/vej.3071>
- Faruq, M. (2018). *Hukum pajak Indonesia* (Cetakan ke-1). Kencana.
- Firza, Q. F. (2017). *Tinjauan hukum dalam pemungutan pajak penjualan online (e-commerce)*.
- Fuad, M., et al. (2000). *Pengantar bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fuady, M. (2005). *Pengantar hukum bisnis: Menata bisnis modern di era global*. PT Citra Aditya Bakti.

- Gunadi, et al. (n.d.). *Pajak 4.0 dan dinamika perpajakan di tengah revolusi industri digital dari kacamata akademisi dan praktisi*. Kontan Publishing.
- Hanif, F. I., et al. (2021). *Modul pembelajaran e-commerce*. Media Sains Indonesia.
- Haris, F. (2000). *Aspek hukum transaksi secara elektronik di pasar modal*. t.p.
- Hasibuan, A., et al. (2020). *E-business: Implementasi, inovasi, dan strateginya* (Cetakan ke-1). Yayasan Kita Menulis.
- Ibrahim, J. (2006). *Teori metodologi penelitian hukum normatif*. Bayumedia Publishing.
- Idayanti, S. (2020). *Hukum bisnis*. Tanah Air Beta.
- Kansil, C. S. T. (2008). *Pokok-pokok pengetahuan hukum dagang Indonesia*. Sinar Grafika.
- Lukito, I. (2017). Tantangan hukum dan peran pemerintah dalam pembangunan bisnis e-commerce. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 11(3). <https://doi.org/10.30641/kebijakan.2017.V11.349-367>
- Makalalag, L. (2016). Pengenaan pajak penghasilan terhadap pengusaha dalam transaksi perdagangan online (e-commerce). *Jurnal Ilmu Legal Opinion*, 4(1).
- Mansyuri. (2010). Pajak penghasilan lanjutan reformasi 2000. Dalam Fadel, *Cara memahami permasalahan-permasalahan pajak* (Cetakan ke-1). Murai Kencana.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan edisi terbaru 2016*. Penerbit Andi.
- Muhaemin. (2020). *Metode penelitian hukum* (Cetakan ke-1). Mataram University Press.
- Nurhaini Butarbutar, E. (2018). *Metode penelitian hukum: Langkah-langkah untuk menemukan kebenaran dalam ilmu hukum* (Cetakan ke-1). Refika Aditama.
- Raco, J. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Riphat, S. (2021). *Pajak e-commerce*. PT Elex Media Komputindo.
- Romindo, et al. (2019). *E-commerce: Implementasi, strategi, dan inovasinya* (Cetakan ke-1). Yayasan Kita Menulis.
- Santoso Brotodiharjo. (2017). Pengantar ilmu pajak. Dalam R. Butarbutar, *Hukum pajak Indonesia dan internasional*. Gramata Publishing.
- Santoso, S. (2016). Sistem transaksi e-commerce dalam perspektif KUH Perdata dan hukum Islam. *Jurnal Pondok Modern Darul Hikmah Tulungagung*, 4(2). <https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.2.217-246>
- Sari, A. Y. (2018). *Analisis terhadap penerapan pajak atas transaksi e-commerce*.
- Soekanto, S. (2008). *Pengantar penelitian hukum*. UI Press.
- Soeparman Soehamidjaja. (2013). Pada disertasi pajak berdasarkan asas gotong royong. Dalam E. Suandy, *Hukum pajak* (Cetakan ke-5). Salemba Empat.
- Sudarso, A., et al. (2020). *Konsep e-bisnis* (Cetakan ke-1). Yayasan Kita Menulis.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia*. Penerbit Andi.
- Syamsudin, M. (2021). *Mahir meneliti masalah hukum* (Cetakan ke-1). Kencana.

Thian, A. (2021). *Hukum pajak*. Penerbit Andi.

Waluyo, B. (2005). *Penelitian hukum dalam praktek*. Sinar Grafika.

Yoganingsih, T., & Huasadha, C. (n.d.). Eksistensi pajak e-commerce. *Jurnal Buana Akuntansi*, 6(1).