

Tinjauan Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai Atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Domestik dan Asing

Ronaldi Marbun¹, Ning Rahayu²

^{1,2}Universitas Indonesia

ronaldi.marbun@gmail.com, ning.rahayu@yahoo.com,

*Corresponding Author

Diajukan : 1 Januari 2023

Disetujui : 21 Februari 2023

Dipublikasi : 1 April 2023

ABSTRACT

The rapid development of the globalization era demands that everyone and their environment create a breakthrough in the form of sophisticated technology to compete and survive in a fairly high economic competition. For entrepreneurs, technology can be used to innovate and advance their businesses to survive and achieve optimal profits. One form of technological innovation, especially the internet, is e-commerce. This activity is carried out online anywhere, borderless, and often called trading through electronic systems (Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, PMSE).

The rise of transactions in the form of purchases of digital products and services from traders or trade organizers through electronic systems requires the government to issue tax regulations, namely the Regulation of the Minister of Finance number 48 / PMK.03 / 2020, which aims to save the economy by expanding the tax base and promoting equality in taxpayer treatment. This ruling is a derivative regulation of Article 6 paragraph 13a of the Government Regulation in Lieu of Law (Perppu) number 1 of 2020.

The regulation of the Minister of Finance number 48/PMK.03/2020 emphasizes the implementation of VAT on PMSE to promote tax justice and accommodate the shift from a conventional to a digital economy. However, in its implementation, there are certainly many challenges faced by tax administrators, VAT collectors appointed to collect VAT on PMSE, and taxpayers as VAT bearers.

Keywords: PMSE, VAT on PMSE, Digital Tax, VAT Collectors

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang sangat cepat menuntut setiap orang dan lingkungannya untuk menciptakan suatu terobosan dan inovasi yang dapat diterjemahkan dalam teknologi yang canggih sebagai bentuk dari kemajuan yang mempengaruhi kehidupan. Menurut ahli informatika yang sangat terkenal di Indonesia yaitu Onno W. Purbo mengatakan bahwa Internet dengan berbagai aplikasi dan kemudahan yang ditawarkan mempunyai tujuan untuk mengefektifkan dan mengefesienkan setiap proses komunikasi yang ada (Prihatna, 2005). Internet merupakan salah satu bentuk dari kemajuan teknologi dalam suatu zaman dimana hal ini sudah menjadi suatu kebutuhan utama atau primer bagi seluruh lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja bahkan sampai lanjut usia. Adanya fasilitas untuk mengakses internet ini membuat seseorang semakin mudah untuk memantau perkembangan dunia.

Dalam dunia bisnis, bisnis yang menguntungkan tentunya adalah bisnis yang menawarkan produk dan/atau jasa yang dibutuhkan banyak orang yang mana didalamnya terdapat aspek kemudahan dalam mendapatkannya. Adanya teknologi terutama internet yang berkembang dengan cepat ini seharusnya bisa dimanfaatkan oleh seluruh pelaku bisnis untuk mengembangkan usahanya. Dengan menggabungkan perpaduan antara bisnis dan internet secara tepat, kinerja suatu perusahaan yang menjalankan bisnis diyakini akan meningkat. Lebih dari itu, proses bisnis yang

terkesan rumit dan menghabiskan banyak waktu dapat diubah sehingga menjadi lebih mudah dengan waktu yang semakin singkat serta dapat membantu mengurangi biaya untuk menjalankan bisnis yang ada.

E-commerce merupakan salah satu inovasi dari adanya globalisasi dan kemajuan teknologi yang dapat diterapkan dalam suatu perusahaan. Tingginya angka pengguna internet dapat dijadikan alasan bagi suatu perusahaan untuk setidaknya mencoba menerapkan hal tersebut dalam bisnisnya. Penerapan e-commerce juga secara tidak langsung akan meningkatkan daya saing perusahaan di dalam pasar.

Banyak perusahaan asing menyediakan layanan berupa e-commerce yang tidak memiliki BUT di Indonesia seperti contohnya TikTok. TikTok, yang diketahui seberapa besar orang sebagai Douyin, adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming (Wikipedia: Tiktok, 2020). Perangkat ini memfasilitasi dan memberikan keleluasaan kepada konsumennya untuk membuat video pendek sekreatif mungkin dengan durasi 15 detik sampai 1 menit disertai dengan musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya.

Salah satu jenis pajak yang erat kaitannya dengan pelaku bisnis tersebut adalah pajak pertambahan nilai (PPN), yang mana hal ini merupakan pajak konsumsi atas barang dan jasa. Dalam pengenaannya, PPN sebagai pajak objektif cenderung tidak memandang kondisi subjek yang menanggung beban pajak tersebut. PPN merupakan salah satu penyumbang penerimaan Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN). Hal ini dibuktikan dengan publikasi APBN Kita oleh Kementerian Keuangan, dimana PPN Dalam Negeri merupakan pos penyumbang penerimaan pajak terbesar di tahun 2022 dengan nilai Rp 554,38 triliun.

Revolusi Industri 4.0 membuat bisnis berupa e-commerce menjadi banyak diminati. Oleh karena itu, terciptalah kebijakan berupa Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.10/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik (e-commerce). Namun, atas banyak pertimbangan, peraturan tersebut dicabut oleh Menteri Keuangan, Sri Mulyani, dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 31/PMK.010/2019. Melihat dampak ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19, pemerintah menerbitkan Perpu Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan. Dalam pasal 4 ayat 1 huruf (b) dinyatakan bahwa usaha pemerintah di bidang perpajakan untuk menyelamatkan perekonomian adalah memperluas basis pemajakan, salah satunya dengan menerapkan perpajakan dalam kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) (Perpu Nomor 1 Tahun 2020). Selanjutnya hal tersebut dijelaskan lebih lanjut 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 Melalui Sistem Elektronik.

Dalam perlakuan PPN PMSE, penerapan sanksi yang diberikan kepada pihak pemungut PPN PMSE luar negeri yang tidak patuh adalah berupa penerbitan surat teguran dan sanksi pemutusan akses, sementara bagi pemungut PPN PMSE dalam negeri akan dilakukan penagihan pajak secara paksa sehingga perlu adanya konsep *level playing field* di antara pelaku usaha digital dalam negeri dan pelaku usaha digital luar negeri sebagai upaya menciptakan kesetaraan antar pelaku usaha. Namun, upaya untuk menciptakan kesetaraan ini akan menyebabkan penyimpangan terhadap *vertical equity* karena masing-masing pelaku ekonomi memiliki kondisi yang tidak sama sehingga memunculkan ketidakpastian hukum dalam pemungut PPN.

Berdasarkan beberapa alasan di atas, penulis ingin mengetahui apakah penerapan PPN PMSE cukup untuk mengoptimalkan penerimaan sektor e-commerce mengingat adanya keraguan pada asas *equity* (keadilan) yang memiliki perbedaan yang mendasar dalam perlakuan PPN PMSE domestik dan asing.

STUDI LITERATUR

Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan pedoman oleh penulis dalam memperluas pemahaman dalam mendukung permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan serta pembandingan agar tidak menimbulkan kesamaan dalam pemaparan yang disampaikan.

Pradana (2015) dimana penelitian yang dilakukan oleh Pradana pada tahun 2019 adalah mengenai klasifikasi dan proses bisnis dari transaksi e-commerce pada era revolusi industri di Indonesia. Pada penelitian ini dijelaskan bahwa proses bisnis di Indonesia memiliki 4 (empat) model, yaitu Online Marketplace, Classified Ads, Daily Deals, dan Online Retail.

Arimbhi, dkk (2019) dimana penelitian ini membahas mengenai aspek pemungutan pajak atau perlakuan perpajakan yang digunakan masih merujuk pada kebijakan pada peraturan perpajakan PPh dan PPN yang belum ada peraturan khususnya. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh DJP dalam menerapkan pemajakan ekonomi digital diantaranya terkait dengan data pelaku e-commerce yang tidak dapat diidentifikasi, pendeteksian data transaksi e-commerce yang terlalu rumit, metode pembayaran atas transaksi yang masih belum jelas, serta kemudahan pelaku e-commerce dalam menghapus dan memanipulasi informasi ataupun memberikan informasi yang salah terkait transaksi.

Yang membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya adalah pembahasan mengenai pemungutan PPN terhadap pelaku ekonomi yang menjalankan transaksi secara digital secara spesifik terhadap pemungutan PPN atas PMSE domestik dan luar negeri. Selain itu juga akan dibahas mengenai proses bisnis dan model kebijakan administrasi perpajakan atas transaksi e-commerce terhadap media sosial ditinjau dari konsep *level playing field*, dimana equality dalam penerapan perpajakan belum di desain oleh pihak DJP

Ekonomi Digital

Ekonomi digital pertama kali tercipta pada tahun 1995. Don Tapscott (1995) dalam Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M.M. (2017) menjelaskan ekonomi digital diartikan sebagai sebuah sosiopolitik dimana terdapat sebuah sistem ekonomi dan mempunyai ciri yang melekat berupa informasi, berbagai ruang komponen informasi, daya muat atau daya tampung sebuah informasi dan pengolahan informasi yang ada. Thomas Mesenbourg (2001) menyampaikan ada 3 hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan ekonomi secara digital, yaitu peralatan yang digunakan dalam bisnis (*hardware, software, telekomunikasi, jaringan, sumber daya manusia, dsb.*); e-bisnis (bagaimana sebuah usaha dilaksanakan dan proses organisasi melalui jaringan computer); dan *e-commerce* (transfer barang saat jual-beli *online*).

Perdagangan Secara Digital (*E-commerce*)

Disruptive technology merupakan istilah lain yang kita kenal dalam masa revolusi industri 4.0, dimana pada masa ini pihak yang tidak tanggap dalam menghadapi kemajuan teknologi secara perlahan akan mengalami seleksi alam akibat adanya teknologi terbaru yang lebih canggih. Hal tersebut berpengaruh terhadap tindakan para pelaku bisnis dan keadaan ekonomi dunia sehingga terciptalah ekonomi digital.

Ekonomi digital muncul sejalan dengan maraknya pertumbuhan dan perkembangan dalam memanfaatkan dan memberdayakan teknologi informasi dan komunikasi ke dalam aspek ekonomi. Sistem ekonomi secara digital ini disebut sebagai ekonomi baru, yang mempunyai khas dengan memanfaatkan informasi secara online dengan cara eksklusif dimana hal tersebut telah memimpin selama dua dekade terakhir. Akibatnya adalah terjadi perubahan yang luar biasa serta menciptakan revolusi sosial yang ditandai dengan munculnya pasar digital (Budiarta, Ginting, & Minarmata, 2020).

Perdagangan secara digital didefinisikan sebagai suatu transaksi jual beli dengan memanfaatkan internet maupun jaringan lainnya yang biasa disebut *e-commerce*. Industri teknologi informasi mengembangkan berbagai aplikasi untuk mendukung *e-commerce* menjadi sebuah pasar

ekonomi yang baru, seperti adanya transaksi melalui internet (*internet banking*), pemasaran secara *online* (*online marketing*), dan sebagainya.

Bentuk Interaksi Bisnis

Sandhusen (2008) dalam Pradana (2015) mengatakan ada tiga komponen yang terlibat dalam suatu ekonomi bisnis, yaitu pelaku usaha yang disimbolkan dengan huruf “B” (*business*), konsumen yang disimbolkan dalam huruf “C” (*consumer*), dan pemerintah selaku pihak yang berkepentingan yang disimbolkan dengan huruf “G” (*government*). Beberapa perusahaan dapat menerapkan beberapa model secara bersamaan. Klasifikasi mengenai bentuk-bentuk interaksi bisnis dibahas lebih lanjut pada tabel berikut.

Tabel 1. Bentuk-Bentuk Interaksi Bisnis Tabel

No	Nama	Penjelasan
1	B2B (Business to Business)	Dalam sistem ekonomi ini berfokus pada pemenuhan produk antara seseorang pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya.
2	B2C (Business to Consumer)	Transaksi ini mengarah pada perdagangan barang maupun jasa yang dilaksanakan oleh pencipta barang kepada pembeli secara langsung hanya melalui platform secara online. Model ini mengandalkan kepercayaan dari konsumen melalui reputasi, harga, banyaknya pilihan produk, promosi, dan sebagainya.
3	C2C (Consumer to Consumer)	Transaksi ini berfokus terhadap aktivitas jual beli barang yang dilaksanakan oleh seseorang pembeli kepada seseorang pembeli lainnya secara tidak langsung.
4	C2B (Consumer to Business)	Bentuk bisnis dimana seseorang membuat dan membentuk nilai dari suatu siklus ekonomis bisnis.
5	B2G (Business to Government)	Merupakan penerjemahan dari model bisnis B2B. perbedaan dalam proses ini terletak pada lawan interaksi yang terjadi, yaitu antara seseorang pelaku ekonomi dan pemerintah baik pemerintah daerah maupun pemerintah pusat.
6	G2C (Government to Consumer)	Bentuk transaksi ekonomi dari pemerintah kepada masyarakat.

Sumber tabel : Pradana (2015) dengan beberapa perubahan

Klasifikasi Bisnis E-commerce di Indonesia

Variasi bisnis e-commerce di Indonesia jika dihubungkan dengan karakteristik masyarakatnya dapat diklasifikasikan sebagaimana yang tercantum dalam tabel II berikut.

Tabel II. Klasifikasi Bisnis E-commerce di Indonesia

No	Jenis E-commerce	Rincian	Kelompok Interaksi	Contoh
1	Classifieds/ Listing / Iklan Baris	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk yang palings sederhana, cocok untuk Negara berkembang; Penjual cenderung menjual dagangan dengan jumlah kecil; Seseorang diperbolehkan menjual barang tanpa pembayaran (gratis); Situs e-commerce tidak memfasilitasi transaksi jual beli. 	B2C, C2C	1. OLX 2. Berniaga
2	Online Marketplace	<ul style="list-style-type: none"> Transaksi difasilitasi oleh situs penjualan <i>online</i> yang bersangkutan; Situs e-commerce bukan hanya memfasilitasi dalam hal mempromosikan tetapi juga membantu transaksi uang melalui jaringan dan rekening pihak ketiga perusahaan e-commerce; 	C2C	1. Tokopedia 2. Bukalapak 3. Lamido
3	Shopping Mall	<ul style="list-style-type: none"> Mirip dengan online marketplace. Perbedaannya adalah penjual harus diseleksi dengan verifikasi yang ketat; Biasanya untuk brand ternama; Keuntungan diperoleh dari komisi hasil penjualan. 	B2B, B2C	1. Bilibli 2. Zalora
4	Toko Online	<ul style="list-style-type: none"> Penjual adalah pemilik bisnis tanpa perantara situs sendiri; Seluruh keuntungan dari profit penjualan dapat dinikmati sendiri. 	B2C	1. Lazada 2. BerryBenka
5	Toko online di media sosial	<ul style="list-style-type: none"> Penjual memanfaatkan sosial media untuk menawarkan barang dagangannya; Keuntungan berasal dari produk yang telah laku terjual; dan Kelemahan terletak pada tampilan toko online yang terkesan monoton serta tak dinamis. 	C2C	Siapa saja yang berjualan di media sosial

6	Jenis-Jenis <i>website crowdsourcing</i> dan <i>crowdfunding</i>	<ul style="list-style-type: none"> digunakan dalam pengorganisasian individu dengan kemampuan dan ketrampilan yang sama untuk mengumpulkan dana secara online. 	C2B	<ol style="list-style-type: none"> Kitabisa Wujudkan
---	------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----	------------------------------------------------------------------------------

Sumber tabel : Lukman (2014) dengan beberapa perubahan

Ekonomi Digital di Indonesia

Pandemi COVID-19 berperan besar dalam mendorong penetrasi pemakai internet di Indonesia dengan jumlah sekitar 40 juta pengguna baru pada tahun 2020. Pembatasan sosial menyebabkan terbentuknya suatu budaya baru dalam beraktivitas seperti bekerja atau sekolah dari rumah menyebabkan konsumsi terhadap layanan digital melonjak tajam.

Di Indonesia, jumlah konsumen layanan digital saat ini didominasi oleh masyarakat yang berada di luar daerah jabodetabek, yakni sebesar 56% dari jumlah keseluruhan konsumen dan sisanya masih dipegang oleh masyarakat di sekitar jabodetabek. Dari survei tersebut, dapat dikatakan bahwa perkembangan digital masih dipegang oleh kawasan jabodetabek dikarenakan masih adanya kesenjangan (*gap*) di antara wilayah jabodetabek dan luar jabodetabek atas aksesibilitas dan infrastrukturnya.

Menurut hasil peninjauan yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2020), pemakai internet di Indonesia pada 2020 menggapai 196,7 juta atau sebesar 73,7 persen dari jumlah populasi di Indonesia. Dengan kata lain, pengguna internet ini bertambah sebanyak 25 juta pengguna. Angka tersebut naik 8,9% dari tahun 2019 (Agung, 2020). Beberapa pengamat menilai bahwa Indonesia sudah ada pada jalan yang tepat dalam membangun ekonomi digital. Namun, sebagian lain pengamat juga memaparkan bahwa ekonomi digital di Indonesia masih terlalu dini untuk dikatakan berhasil. Kendati demikian, setidaknya akar dari perkembangan ekonomi digital telah muncul dengan baik.

Gross Merchandise Value (GMV) digunakan sebagai tolak ukur perkembangan ekonomi yang mengisyaratkan pada penjualan yang terjadi dalam jangka waktu tertentu. Proyeksi GMV ekonomi digital di Asia Tenggara diperkirakan akan melewati \$100 miliar dan Indonesia memberikan kontribusi ekonomi digitalnya melalui pendapatan domestik bruto (PDB) sebesar \$44 miliar atau setara dengan Rp621 triliun. GVM di Indonesia masih dipelopori oleh *e-commerce*, yaitu sebesar \$32 miliar dengan transaksi barang atau jasa dari penjual ke pembeli, sebesar 68,95% dan sisanya sebesar 31,05% kepada agen (*reseller*) untuk dijual kembali. (Badan Pusat Statistik, 2020).

Tabel III. Kendala pada E-Commerce di Indonesia

No.	Kendala	Hasil Survei
1.	Berkurangnya permintaan barang dan jasa	41,86%
2.	Permodalan menurun	33,76%
3.	Jumlah tenaga kerja yang terampil	11,45%
4.	Keterbatasan akses internet	8,05%
5.	Proses jual/beli yang curang	4,88%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Pandemi COVID-19 menyebabkan tingginya angka kendala pada jumlah permintaan akan barang dan jasa. Akibatnya, banyak e-commerce mengalami penurunan yang drastis dalam penjualannya. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada tabel II.3, sebesar 85,83% pelaku usaha e-commerce mengalami penurunan pendapatan usaha, sedangkan yang mengalami peningkatan hanya 4,58%, dan 9,59% tidak terpengaruh (pendapatan sama) pandemi COVID-19.

Perlakuan Perpajakan terhadap Ekonomi Digital

Teknologi informasi masih menjadi daya tarik bagi pemerintah untuk selanjutnya dikembangkan dalam pemanfaatan dan penggunaannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya upaya pemerintah dalam menentukan regulasi guna menghadapi berkembangnya teknologi informasi yang semakin canggih.

Regulasi terkait teknologi informasi ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 s.t.d.d. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Peraturan ini menjadi pedoman dalam menjamin kepastian hukum untuk masyarakat dalam melakukan transaksi secara elektronik, juga sebagai upaya pemerintah untuk mengurangi terjadinya *cyber crime*.

Pada tahun 2021, tidak dapat dipungkiri bahwa dunia masih berada dalam tahap pemulihan akibat dampak yang ditimbulkan oleh *Corona Virus Disease 19* (COVID-19). Dampak negatif dari pandemi COVID-19 sampai saat ini masih dirasakan di berbagai Negara, salah satunya Indonesia. Pandemi ini telah mengubah tatanan kehidupan, baik masyarakat dan pemerintah sehingga muncul kebijakan untuk mengatur stabilitas sistem keuangan yang dituangkan dalam Perpu No 1 Tahun 2020, dimana salah satu regulasinya di bidang perpajakan adalah meliputi perlakuan perpajakan dalam kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan sudah ditetapkan melalui UU No 2 tahun 2020. Dengan adanya hal tersebut, maka Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 dicabut dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2020 tentang Komite Penanganan *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional.

METODE

Metode yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan cara pengumpulan data melalui metode penelitian kepustakaan. Metode pengambilan data ini dilakukan dengan membaca literatur tentang perpajakan e-commerce, penerapan PPN e-commerce. Selain itu juga dapat memperoleh informasi dari peraturan, Undang-Undang, berbagai jurnal, skripsi, dan buku-buku tentang PPN yang mendukung permasalahan yang sedang diteliti.

Metode penelitian lapangan yang dilakukan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung yang dibantu dengan teknologi informasi dikarenakan kondisi yang tidak memungkinkan untuk memperoleh secara langsung. Metode ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan topik yang dijadikan sebagai bahasan. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pegawai DJP yang dapat memperkuat penjelasan pada penelitian ini.

HASIL

Perlakuan PPN terhadap Pelaku Usaha Luar Negeri

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 Pabedan di Dalam Daerah Pabean Melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (yang selanjutnya akan disebut dengan PMK Nomor 48 Tahun 2020) ditetapkan pada tanggal 5 mei 2020 oleh Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani Indrawati. Dengan ditetapkannya peraturan tersebut, maka segala ketentuan mengenai PMSE ini akan berlaku mulai 1 Juli 2020.

Dalam aturan ini dijelaskan bahwa PPN dikenakan atas pemanfaatan BKP Tidak Berwujud dan/atau JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean melalui PMSE, selanjutnya atas PPN tersebut wajib dipungut, disetorkan, dan dilaporkan oleh pelaku PMSE yang ditunjuk oleh Menteri dan selanjutnya dilimpahkan kepada DJP.

Untuk memenuhi PMSE, beberapa kriteria yang harus dipenuhi pelaku usaha adalah nilai transaksi dengan pembeli di dalam negeri harus memenuhi nilai tertentu dalam 12 bulan dan/atau jumlah pengakses melewati jumlah tertentu dalam dua belas bulan. Nilai *traffic* dalam ketentuan tersebut ditetapkan oleh DJP. Pembeli BKPTB dan/atau JKP merupakan wajib pajak baik orang pribadi maupun badan dengan syarat tinggal di wilayah NKRI, dimana alamat korespondensi berlokasi Indonesia dan/atau pemilihan negara saat registrasi di laman yang disediakan adalah Indonesia. Terkait tarif, PPN yang harus dipungut oleh Pemungut PPN PMSE adalah sama seperti tarif PPN pada umumnya, yakni 11% (sebelas persen) dari dasar pengenaan pajak.

Selanjutnya, pemungut PPN PMSE dapat menerbitkan bukti pungut PPN yang dapat berupa bukti tagihan, riwayat pemesanan, atau dokumen serupa yang mencantumkan jumlah PPN yang diterima dan telah dilakukan pembayaran. Bukti pemungutan atas PPN ini dapat diartikan atau diperlakukan sebagai faktur pajak pada umumnya.

PPN yang telah dikumpulkan atau dipungut oleh pemungut wajib disetorkan setiap Masa Pajak paling lama akhir bulan berikutnya setelah Masa Pajak berakhir, dilakukan melalui media elektronik dengan mata uang Rupiah sesuai kurs pada Keputusan Menteri Keuangan pada saat tanggal penyetoran, mata uang Dolar Amerika Serikat, atau mata uang asing lainnya yang ditetapkan oleh DJP.

Pelaporan atas PPN PMSE dilakukan secara berkala yaitu sekali dalam tiga bulan. Cara pelaporannya sangat mudah karena menggunakan elektronik dan disampaikan melalui aplikasi yang disediakan oleh DJP, dimana laporan tersebut harus memuat sekurang-kurangnya berisi jumlah barang yang dibeli oleh konsumen, berapa uang yang dibayarkan, berapa PPN yang dikenakan, serta berapa nilai PPN yang telah dibayarkan untuk setiap Masa Pajak.

Tujuan adanya penunjukan pelaku usaha untuk memungut PPN yang berasal dari pelaku usaha luar negeri sejatinya adalah untuk meningkatkan efektivitas serta kesederhanaan dari penggunaan barang atau jasa yang berasal dari luar Negara Kesatuan Republik Indonesia yang sebelumnya kurang efektif, dikarenakan dalam penerapannya menerapkan pemungutan serta pembayaran oleh konsumen itu sendiri.

Masuknya Pelaku Usaha Asing di Indonesia

Perdagangan global mendorong pelaku usaha asing masuk ke Indonesia. Pelaku usaha asing ini tidak semata-mata dapat memasuki pasar Indonesia sebab adanya regulasi dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 44 tahun 2016 yang didalamnya menjelaskan bahwa ada batasan bidang tertentu yang dapat masuk ke Indonesia yaitu sebanyak 515 bidang, Aturan ini menjadikan Indonesia sebagai Negara yang restriktif terhadap investasi dari luar (asing).

Beberapa hal positif yang dapat diambil dari masuknya pelaku usaha asing di Indonesia adalah sebagai berikut.

1. Kesempatan kerja akan meningkat sehingga masalah pengangguran dapat diatasi;
2. Barang dan/atau jasa yang dihasilkan yang kemudian dipasarkan akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena mereka dapat dengan mudah memperoleh barang kebutuhannya; dan
3. Terlatihnya tenaga kerja Indonesia oleh tenaga ahli dengan memanfaatkan teknologinya yang menyebabkan meningkatnya kualitas, baik dari produk yang dihasilkan maupun tenaga kerja itu sendiri, dimana sumber daya manusia merupakan aset yang berharga bagi Negara.

Di sisi lain, masuknya pelaku usaha asing ini juga akan memberi ancaman kepada pelaku usaha domestik. Ketika pelaku usaha domestik dikenakan pajak atas penjualannya, harga yang dikenakan pelaku usaha domestik terhadap barang dan/atau jasa kepada customernya akan lebih tinggi,

sehingga besar kemungkinan customer akan berpindah kepada pelaku usaha yang menawarkan harga yang relatif lebih rendah, salah satunya beralih kepada pelaku usaha asing yang atas penjualannya tidak dikenakan pajak. Hal ini akan membuat pelaku usaha domestik kehilangan eksistensi serta mengalami penurunan pendapatan karena konsumsi pelanggan akan beralih ke luar negeri.

Menurut pendapat narasumber, permasalahan lain yang terjadi di bidang di bidang perpajakan adalah ketika pelaku usaha luar negeri mendapatkan kesempatan tersebut, para pelaku usaha akan memaksimalkan keuntungannya di Indonesia karena tidak dikenakan pajak sehingga keadilan tidak terealisasi. Dapat terlihat bahwa memang tidak adil jika hanya pelaku usaha digital domestik saja yang dikenakan pajak karena masuknya pelaku usaha asing ke Indonesia tentu akan memperoleh penghasilan yang berasal dari Indonesia juga.

Tingginya transaksi PMSE asing di Indonesia sudah sepantasnya dimanfaatkan untuk digali potensi perpajakannya. Hal ini juga sesuai dengan sistem pajak penghasilan di Indonesia yang menganut prinsip *worldwide income*. Dalam hal mengenai PPN, tingginya kemungkinan pengenaan pajak terutama PPN terhadap pelaku usaha asing ini dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap penerimaan Negara maupun devisa Negara.

Asas Keadilan Dalam Pengenaan PPN PMSE

Konsep *level playing field* dalam PPN PMSE mengindikasikan bahwa masih ada ketidaksetaraan/keadilan antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya dalam pemenuhan kewajiban perpajakan. *International Bureau of Fiscal Documentation* (2005) dalam analisis yang dikemukakan oleh Andrianto (2020) menjelaskan bahwa keadilan (*equity*) terbagi menjadi dua:

1. Horizontal Equity

Horizontal equity mengisyaratkan bahwa individu yang memiliki kedudukan ekonomi yang sama, maka juga harus mendapatkan perlakuan perpajakan yang sama juga.

2. Vertical Equity

Vertical equity mengisyaratkan bahwa individu yang memiliki kedudukan ekonomi yang tidak sama, maka harus mendapatkan perlakuan perpajakan yang tidak sama juga.

Munculnya PPN PMSE menyebabkan permasalahan disaat konsep *level playing field*, yaitu asas kesetaraan, mulai muncul dalam pemungutan pajak. Konsep tersebut bertujuan demi menegakkan keadilan dalam penerapan beban administrasi pajak antara pelaku usaha domestik dan asing dalam pemungutan PPN PMSE. Jika merujuk kepada konsep *level playing field*, maka pemungut PPN PMSE di dalam daerah pabean maupun yang berada di luar daerah pabean akan dikenakan beban administrasi PPN PMSE yang sama.

Pada kenyataannya dengan penyetaraan tersebut, DJP menunjukkan bahwa pemungut baik domestik maupun asing secara keseluruhan tidak ada di dalam kondisi yang setara. Tujuan adanya *level playing field* pada PPN PMSE justru melanggar *vertical equity* dalam pemungutan PPN sehingga munculah ketidakpastian hukum terhadap pemungut PPN PMSE domestik.

Agenda utama DJP dalam penerapan PPN PMSE adalah memastikan bahwa PMK Nomor 48 Tahun 2020 berjalan secara efektif sehingga dapat menjangkau seluruh PMSE asing. Maka dari itu, perbedaan penerapan sanksi yang ada ini bukanlah suatu permasalahan yang material karena skema pemutusan akses dianggap lebih efektif dalam menjamin kepatuhan daripada diterapkan pemeriksaan sampai penagihan pajak menurut UU KUP. Selain itu, perbedaan domisili DJP dengan pemungut PPN PMSE asing serta tingginya biaya penagihan yang timbul jika dilakukan penagihan sesuai UU PPSP menyebabkan tindakan penagihan itu justru tidak efektif, dimana hal tersebut tidak relevan dengan agenda utama DJP itu sendiri.

Untuk meminimalisir ketidaksetaraan yang terjadi dalam pengenaan sanksi antara asing dan domestik, narasumber menjelaskan 4 (empat) hal yang sedang diupayakan oleh DJP dalam mengatasi hal tersebut.

1. Pelaksanaan pemutusan akses memang akan menghilangkan potensi pajak yang dapat dilakukan penagihan. Namun secara jangka panjang, hal tersebut merupakan keputusan yang terbaik bagi negara karena jika seumpama kepada PMSE asing dilakukan penagihan dengan UU PPSP, biaya dalam pelaksanaan penagihan kepada PMSE asing jauh lebih besar jumlah potensi pajak yang hilang. Skema ini memang tergolong cukup berat karena membutuhkan dukungan serta kerja sama dengan Kominfo sebagai pencetus kebijakan mengenai jaringan komunikasi di Indonesia, salah satunya pemutusan akses.
2. Perbedaan domisili tidak menjadikan DJP lengah atas pengawasannya terhadap PMSE asing ini. Pengawasan terhadap PMSE asing dengan domestik pada dasarnya sama, yaitu tidak hanya mengandalkan kepercayaan pelaku usaha atas kepatuhan perpajakannya, namun juga harus memperhatikan secara penuh. Perbedaannya adalah dari sistem, dimana karena adanya perbedaan negara sehingga dibutuhkan sistem yang pengawasannya yang terintegrasi dengan Kominfo. Hal tersebut merupakan tantangan terbesar DJP yang sampai sekarang sedang diusahakan semaksimal mungkin.
3. Pengawasan terhadap PMSE asing juga dibutuhkan kerja sama dengan Bank Indonesia (BI) serta Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mengawasi alur keuangan PMSE dengan konsumen yang berada di Indonesia.
4. DJP masih dalam proses mempelajari beberapa hal untuk menjangkau seluruh perbedaan *level playing field* tersebut, salah satunya dengan bercermin terhadap beberapa Negara yang telah memiliki pengalaman terlebih dahulu.

PEMBAHASAN

Pemungutan PPN PMSE

Konsep *level playing field* dalam PPN PMSE mengindikasikan bahwa masih ada ketidaksetaraan/keadilan antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya dalam pemenuhan kewajiban perpajakan. *International Bureau of Fiscal Documentation* (2005) dalam analisis yang dikemukakan oleh Andrianto (2020) menjelaskan bahwa keadilan (*equity*) terbagi menjadi dua:

1. *Horizontal Equity*

Horizontal equity mengisyaratkan bahwa individu yang memiliki kedudukan ekonomi yang sama, maka juga harus mendapatkan perlakuan perpajakan yang sama juga.

2. *Vertical Equity*

Vertical equity mengisyaratkan bahwa individu yang memiliki kedudukan ekonomi yang tidak sama, maka harus mendapatkan perlakuan perpajakan yang tidak sama juga.

Munculnya PPN PMSE menyebabkan permasalahan disaat konsep *level playing field*, yaitu asas kesetaraan, mulai muncul dalam pemungutan pajak. Konsep tersebut bertujuan demi menegakkan keadilan dalam penerapan beban administrasi pajak antara pelaku usaha domestik dan asing dalam pemungutan PPN PMSE. Jika merujuk kepada konsep *level playing field*, maka pemungut PPN PMSE di dalam daerah pabean maupun yang berada di luar daerah pabean akan dikenakan beban administrasi PPN PMSE yang sama.

Pada kenyataannya dengan penyeteraan tersebut, DJP menunjukkan bahwa pemungut baik domestik maupun asing secara keseluruhan tidak ada di dalam kondisi yang setara. Tujuan adanya *level playing field* pada PPN PMSE justru melanggar *vertical equity* dalam pemungutan PPN sehingga munculah ketidakpastian hukum terhadap pemungut PPN PMSE domestik.

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2000 Tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa (UU PPSP) menyatakan penagihan pajak akan dilakukan apabila penanggung pajak tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan diterbitkannya surat teguran dan dilanjutkan dengan pemberian surat paksa. Sementara dalam pasal 7 ayat (3) s.t.d.d. ayat (4) Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 menyatakan bahwa terhadap pemungut PPN PMSE yang tidak memenuhi kewajiban perpajakan seperti pemungutan, penyeteraan, dan pelaporan PPN PMSE yang terutang, maka kepada pemungut yang bersangkutan akan diberi teguran sesuai yang diatur dalam Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) dan dilakukan pemutusan akses dari para konsumen di Indonesia.

Akses akan dihentikan jika tidak terpenuhinya ketentuan dengan batas waktu yang telah ditentukan dalam peringatan yang diberikan. Ketentuan mengenai prosedur penghentian akses dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang informasi dan transaksi elektronik.

Berpedoman kepada alur pemutusan akses, pemutusan akses dilaksanakan dengan cara DJP melalui Kementerian Keuangan mengajukan permohonan pemutusan akses kepada Kementerian Komunikasi Informasi dan Informatika (yang selanjutnya disingkat Kominfo) melalui Narahubung. Setelah pengajuan diserahkan, maka tahap selanjutnya adalah diberikannya perintah dan dilaksanakan pemutusan akses (*access blocking*) oleh Kominfo.

Agenda utama DJP dalam penerapan PPN PMSE adalah memastikan bahwa PMK Nomor 48 Tahun 2020 berjalan secara efektif sehingga dapat menjangkau seluruh PMSE asing. Maka dari itu, perbedaan penerapan sanksi yang ada ini bukanlah suatu permasalahan yang material karena skema pemutusan akses dianggap lebih efektif dalam menjamin kepatuhan daripada diterapkan pemeriksaan sampai penagihan pajak menurut UU KUP. Selain itu, perbedaan domisili DJP dengan pemungut PPN PMSE asing serta tingginya biaya penagihan yang timbul jika dilakukan penagihan sesuai UU PPSP menyebabkan tindakan penagihan itu justru tidak efektif, dimana hal tersebut tidak relevan dengan agenda utama DJP itu sendiri.

Untuk meminimalisir ketidaksetaraan yang terjadi dalam pengenaan sanksi antara asing dan domestik, narasumber menjelaskan 4 (empat) hal yang sedang diupayakan oleh DJP dalam mengatasi hal tersebut.

1. Pelaksanaan pemutusan akses memang akan menghilangkan potensi pajak yang dapat dilakukan penagihan. Namun secara jangka panjang, hal tersebut merupakan keputusan yang terbaik bagi negara karena jika seumpama kepada PMSE asing dilakukan penagihan dengan UU PPSP, biaya dalam pelaksanaan penagihan kepada PMSE asing jauh lebih besar jumlah potensi pajak yang hilang. Skema ini memang tergolong cukup berat karena membutuhkan dukungan serta kerja sama dengan Kominfo sebagai pencetus kebijakan mengenai jaringan komunikasi di Indonesia, salah satunya pemutusan akses.
2. Perbedaan domisili tidak menjadikan DJP lengah atas pengawasannya terhadap PMSE asing ini. Pengawasan terhadap PMSE asing dengan domestik pada dasarnya sama, yaitu tidak hanya mengandalkan kepercayaan pelaku usaha atas kepatuhan perpajakannya, namun juga harus memperhatikan secara penuh. Perbedaannya adalah dari sistem, dimana karena adanya perbedaan negara sehingga dibutuhkan sistem yang pengaswasan yang terintegrasi dengan Kominfo. Hal tersebut merupakan tantangan terbesar DJP yang sampai sekarang sedang diusahakan semaksimal mungkin.
3. Pengawasan terhadap PMSE asing juga dibutuhkan kerja sama dengan Bank Indonesia (BI) serta Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mengawasi alur keuangan PMSE dengan konsumen yang berada di Indonesia.
4. DJP masih dalam proses mempelajari beberapa hal untuk menjangkau seluruh perbedaan *level playing field* tersebut, salah satunya dengan bercermin terhadap beberapa Negara yang telah memiliki pengalaman terlebih dahulu.

KESIMPULAN

Berlakunya PPN PMSE melalui PMK Nomor 48 tahun 2020 menunjukkan bahwa semakin besar kesempatan asing untuk masuk pada pasar Indonesia dengan dorongan globalisasi. Tentunya hal ini memberi dampak positif dan negatif. Dari sekian banyak hal positif yang timbul akibat masuknya pelaku usaha asing di Indonesia, beberapa hal negatif yang perlu diantisipasi adalah dampak pada aspek perpajakan.

Masuknya pelaku usaha asing memberi ancaman kepada pelaku usaha domestik yang menyebabkan konsumsi pelanggan akan beralih ke pelaku usaha luar negeri karena harga yang dikenakan tidak setinggi harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha dalam negeri, yang mana harga tersebut di dalamnya juga mengandung PPN. Selain itu, belum adanya peraturan mengenai pemajakan atas pelaku usaha asing yang melakukan perdagangan secara digital ini tentunya akan

menimbulkan ketidakadilan karena sama seperti pelaku usaha di dalam negeri, pelaku usaha asing juga memanfaatkan keuntungannya di Indonesia dengan cara memperoleh penghasilan dari Indonesia. Maka dari itu, munculnya PMK Nomor 48 tahun 2020 yang mengatur mengenai PPN PMSE ini dirasa sudah tepat untuk mengatasi permasalahan ini dan memang sudah sepantasnya untuk digali potensi perpajakan dari pelaku usaha asing tersebut.

REFERENSI

- Agung, B. (2020, November 10). *Jumlah pengguna internet mencapai 196,7 juta*. Diambil kembali dari Daily Social: <https://dailysocial.id/post/survei-apjii-penetrasi-internet-indonesia-2020>
- Aulawi, A. (2020). Penerbitan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang- Pajak Pemerintah Indonesia Dalam Menghadapi Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Keuangan Negara. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(7037), 110–132.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik E-Commerce 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Basrowi, & Suwandi. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. PT Rineka Cipa.
- Blacker, A. (2021, Januari 7). *Worldwide & US Download Leaders 2020*. Diambil kembali dari Apptopia: <https://blog.apptopia.com/worldwide-us-download-leaders-2020>
- Budiarta, K., Ginting, S. O., & Minarmata, J. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Dalam K. Budiarta, S. O. Ginting, & J. Minarmata, *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Chan, J. (2021, Maret 2021). *Top Grossing Apps Worldwide for February 2021*. Diambil kembali dari Sensor Tower: <https://sensortower.com/blog/top-grossing-apps-worldwide-february-2021>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2020). *PPN Impor Produk Digital*. <https://www.pajak.go.id/id/pajakdigital>
- Direktorat Jenderal Pajak. (2021). *Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai Direktorat Jenderal Pajak*. <https://www.pajak.go.id/id/pemungutan-pajakpertambahan-nilai>
- Hariyana, T. D. (2020). *Pengaturan Ritel di Indonesia Ditinjau Dari Prespektif Economic Analysys of Law*. *Uniska Law Review Volume 1 Nomer 2 Desember 2020*, 12.
- Ida Rahayu Rasthiti Adnyani, R. H. (2020, September 28). *PMSE: Beleid Prematur Berkedok Covid-19*. Diambil kembali dari ortax.com: <https://www.ortax.org/ortax/?mod=issue&page=show&id=114&list=1>
- Indrasari, M. (2017). *Ekonomi Digital, Peran Kampus dan Pencapaian Target Sustainable Development Goals*. *Orasi Ilmiah pada Wisuda STIENU Trate Gresik*, 5.
- Kementerian Keuangan. (2020, May 5). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 48/PMK.03/2020*. Jakarta, Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020, November 24). *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020*. Jakarta, Indonesia.
- Lukman, E. (2014, January 20). *5 Model Bisnis E-commerce di Indonesia*. Diambil kembali dari Techinasia: <https://id.techinasia.com/5-model-bisnis-ecommerce-di-indonesia-2>
- Meithiana, I. (2017). *Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi Iklim Organisasi, Kreativitas Individu, dan Karakteristik Pekerjaan*.
- Mesenbourg, T. L., & Atrostic, B. K. (2001). *Measuring the US digital economy: Theory and practice*. *Bulletin of the International Statistical Institute 53rd Session Proceedings, TomeLIX, Book, 1*, 2001.
- Morning Consult. (2020, October 16). *Morning Consult*. Diambil kembali dari The Fastest of Growing Brand 2020: <https://morningconsult.com/fastest-growing-brands-2020/#section-20>
- Nugroho, A. D. (2020, September 10). *Level playing field di Bidang Perpajakan*. Diambil kembali dari KONTAN: <https://analisis.kontan.co.id/news/level-playing-field-di-bidang-perpajakan>
- Org, I. (2021). Diambil kembali dari The Org: theorg.com/org/tiktok/team
- Pradana, M. (2015). *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-commerce di Indonesia*. *Jurnal Neo-bis*, 36.
- Prihatna, H. (2005). *Kiat Praktis Menjadi Webmaster Profesional*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

- Pohan, C. A., Rahmi, N., Arimbhi, P., Mawarni, I., & Tembaru, M. A. J. (2021). Evaluasi efektivitas kebijakan tax holiday dalam meningkatkan investasi di Indonesia. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 8(1), 85-96.
- Republik Indonesia. (2000, August 2). Undang Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2000. Jakarta, Indonesia.
- Republik Indonesia. (2020). Perpu Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau S. Jakarta, Indonesia.
- Sari, D., Andrianto, D. E., & Rosmana, H. (2020). The Effect of Return on Asset and Institutional Ownership on Tax Avoidance. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(4), 2968-2979.
- Shadman Haider, T. &. (2017). A Study On The Influences of Advertisement on Consumer Buying Behavior. *Business Studies Journal*, 9.