

Analisis dampak transaksi E-Commerce terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai

Efan Elfanso¹, Laura Monica^{2*}

^{1,2)}Universitas Bina Darma Palembang

Efan.elpanso@binadarma.ac.id, Lauramonica905@gmail.com.

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of e-commerce transactions on Value Added Tax (VAT) revenue which is a source of state revenue and development. This research was conducted using a descriptive qualitative approach with a case study research approach. Data collection methods were carried out by interviews, observation and supported by secondary data from the object of research. The data analysis used in this research is descriptive which is supported by quantitative data. The results of this study Based on e-commerce transaction activities, Indonesia has not been able to collect VAT tax on e-commerce transactions in an ideal amount. This can be seen from the value of e-commerce transactions which have increased significantly in the last five years, but tax revenue for e-commerce transactions is inversely proportional, namely experiencing a significant decline in 2021. The conclusion of this study is that the impact of e-commerce on tax revenue is considered sufficient good because tax revenue has increased but in 2021 it has decreased significantly. This significant decrease was caused by a lack of awareness and understanding of taxation by taxpayers who had not paid taxes optimally each year, e-commerce transactions that were difficult to detect from a business standpoint and socialization that had not been carried out thoroughly.

Keywords: Value Added Tax (VAT), E-commerce

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin maju. Peningkatan ini ditandai dengan hadirnya internet. Dengan berkembangnya teknologi informasi, mulai dari belanja *online* hingga pemesanan bahan makanan secara *online* hingga transportasi berbasis *online* menjadi semakin mudah bagi semua orang. Fenomena ini tentunya menjadi peluang bisnis bagi banyak pihak untuk memanfaatkan peluang tersebut dengan menawarkan sistem perdagangan virtual yang dikenal dengan *electronic commerce (e-commerce)*. Kecenderungan penggunaan internet dalam bisnis atau proses bisnis terutama dilakukan untuk mendapatkan beberapa keuntungan, salah satunya adalah memperluas pasar karena jika menggunakan internet maka semua target pasar mudah diakses karena aksesibilitas sangat luas sehingga pangsa pasar di transaksi dapat meningkat dan menghasilkan keuntungan yang semakin banyak. Bisnis yang menghasilkan keuntungan seperti transaksi *e-commerce* tidak lepas dari pengenaan pajak, sehingga transaksi *e-commerce* menjadi bagian yang efektif dan penting dalam pendapatan/penerimaan pajak untuk pembangunan negara. Selano (2020) mengatakan bahwa perlu adanya ketegasan dari pemerintah, harus bersikukuh agar semua pelaku *e-commerce* baik besar maupun kecil dapat memenuhi kewajibannya sebagai wajib pajak, bahwa upaya pemerintah Indonesia dalam menerapkan pajak atas *e-commerce* sangat berarti karena potensi pemungutan pajak sangat besar. Potensi pajak digital ini juga dapat membantu pemerintah mencapai tujuan penerimaan pajaknya. Pemerintah tentunya membutuhkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan pemungutan pajaknya. Upaya optimalisasi penerimaan perpajakan dengan menerapkan perpajakan *e-commerce* untuk pertumbuhan nasional, atau *retargeting* singkatnya (*reoptimizing tax revenue with goal-oriented e-commerce taxation implementation for national growth*).

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210 Tahun 2018 Tentang Perlakuan Pajak Atas Transaksi Bisnis Melalui Sistem Elektronik (*E-commerce*). Peraturan ini mulai berlaku pada 1 April 2019. Peraturan perpajakan tentang perlakuan pajak perdagangan melalui sistem elektronik

"e-commerce" mewajibkan penyedia *platform marketplace* untuk mendapatkan (NPWP). Diverifikasi sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP) memenuhi kriteria bagi pengusaha kecil, namun juga berlaku bagi penyedia *platform marketplace*. Menurut Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian Keuangan menyampaikan baru segelintir pelaku *e-commerce* yang sudah memiliki (NPWP). Dari yang sudah memiliki NPWP itu sebagian besar sudah melapor tetapi tidak diketahui apakah laporannya sudah sesuai fakta yang terjadi saat bertransaksi atau tidak. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa di dalam daerah pabean, yang dipungut secara bertahap pada setiap jalur produksi dan distribusi (Resmi, 2016). PPN atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP) dipungut oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang bertindak sebagai penjual. Tarif PPN yang berlaku umum adalah 10% (sepuluh persen) dari nilai transaksi, dalam rangka perubahan undang-undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan perpajakan (HPP) untuk menaikkan PPN sebesar 11% (sebelas persen) akan mulai berlaku pada tanggal 1 April 2022. Pemerintah hanya perlu memastikan pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi *e-commerce* dipungut sesuai dengan regulasi yang berlaku. Penjual konvensional atau melalui *e-commerce* sama-sama telah memenuhi kewajiban pajaknya, dan konsumen yang membeli melalui pedagang biasa atau *e-commerce* sama-sama terbebani. Diharapkan para pelaku *e-commerce* mengetahui dan memahami peraturan yang berlaku serta dapat meningkatkan kesadaran mereka tentang kepatuhan terhadap persyaratan administrasi dan kewajiban perpajakan. Berikut ini data yang terkait Data Penerimaan PPN.

Tabel 1. Target dan Realisasi Penerimaan (PPN) Dan Jumlah Wajib Pajak PKP KPP Pratama Palembang Seberang Ulu Dari Tahun 2017-2021

Tahun	Realisasi (Dalam rupiah)	WP PKP
2017	278.251.637.335	981
2018	249.565.901.779	1037
2019	241.178.714.639	1106
2020	259.642.620.247	1084
2021	143.979.767.746	1126

Sumber : KPP Pratama Palembang Seberang Ulu, 2022

Berdasarkan tabel diatas realisasi penerimaan PPN dari tahun 2017-2021 cukup mengalami kenaikan setiap tahun namun pada tahun 2021 mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya Hal ini disebabkan oleh tidak patuhnya wajib pajak dalam memenuhi kewajiban dan tidak sadar akan kewajiban yang harus mereka lakukan. Rendahnya pembayaran pajak disebabkan oleh beberapa hal, pertama sebagian wajib pajak belum memahami mekanisme pembayaran pajak, dan lemahnya pengawasan wajib pajak sehingga menyebabkan keengganan wajib pajak untuk membayar pajak, kurangnya sosialisasi perpajakan kepada wajib pajak dan pemahaman wajib pajak. Transaksi *e-commerce* menjadi fokus penting karena aktivitas transaksi yang tidak terlihat akan sulit dilacak jika DJP hanya memantau perdagangan konvensional. Transaksi *e-commerce* yang dilakukan orang pribadi atau badan akan sulit dilakukan pemeriksaan pajak daripada pelaku bisnis secara konvensional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak transaksi *e-commerce* terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di KPP Pratama Palembang Seberang Ulu. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Dampak Transaksi *E-Commerce* Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (Studi Pada KPP Pratama Palembang Seberang Ulu)".

STUDI LITERATUR

Pajak

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Perubahan Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Pasal 1(1) mengatur bahwa: "Pajak wajib dibayar kepada negara oleh orang perseorangan atau

badan hukum menurut undang-undang, tidak langsung dikompensasikan, dan digunakan sesuai dengan kebutuhan negara untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat dan warga negara."

E-commerce

E-commerce adalah model bisnis yang memungkinkan bisnis dan individu untuk membeli dan menjual barang melalui Internet. *E-commerce* berikut ini beroperasi di empat segmen pasar utama. Bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen, konsumen ke bisnis (Bloomenthal, 2019).

Komponen *E-commerce*

E-commerce memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki oleh transaksi bisnis yang berlangsung secara *offline* (Irnawati, 2011).

1. Produk
2. Dimana produk tersebut dijual
3. Metode pesanan
4. Cara Pembayaran
5. Metode pengiriman
6. Pelayanan pelanggan

Karakteristik *E-commerce*

1. Transaksi Tanpa Batas
2. Transaksi Anonim.
3. Produk Digital Dan Non Digital
4. Produk Barang Tak Berwujud

Jenis- Jenis *E-commerce*

Berdasarkan Surat Edaran Dirjen Pajak No. 62 Tahun 2013, terdapat empat jenis transaksi online yang termasuk dalam penghitungan pajak sebagai berikut:

1. *Online Marketplace*
2. *Classified Ads*
3. *Daily Deals*
4. *Online Retail*

Aturan Pajak *E-Commerce*

Peraturan Menteri Keuangan PMK.010/2018 tersebut direncanakan secara efektif berlaku pada 1 April 2019. Dalam peraturan perpajakan terkait Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-Commerce*) ini, penyedia *platform marketplace* wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sekaligus wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak juga diberlakukan kepada penyedia *platform marketplace* meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil.

Kewajiban Pengusaha Kena Pajak *E-Commerce*

Sesuai dengan aturan pajak *E-Commerce* 2019, PKP Penyedia Jasa yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan/ atau Jasa Kena Pajak (JKP) secara elektronik (*E-Commerce*) melalui Penyedia *Platform Marketplace* diwajibkan memungut, menyetorkan, dan melaporkan:

1. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang Terutang. Tarif pengenaan pajaknya sebesar 10% dari nilai transaksi penyerahan Barang Kena Pajak dan/ atau Jasa Kena Pajak.
2. Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Ketentuan pengenaan pajak jenis ini mengikuti tarif dan tata cara penyetoran dan pelaporan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan. Dalam peraturan pajak *e-Commerce* ini juga menegaskan PKP Pedagang dan PKP Penyedia Jasa wajib melaporkan kewajiban pajaknya dalam SPT Masa PPN setiap masa pajak atas penyerahan BKP dan/ atau JKP yang melalui penyedia *platform marketplace*.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa di dalam daerah pabean dan diterapkan secara bertahap di setiap jalur produksi dan distribusi (Resmi, 2016). Subjek PPN adalah Pengusaha Kena Pajak (PKP) sedangkan Objek PPN Sebagai Berikut (Resmi, 2016) :

1. Pengiriman/impor/pengumpulan/ekspor ke BKP/JKP/BKP tidak masalah.
2. Kegiatan yang dilakukan sendiri tidak dilakukan dalam rangka kegiatan usaha atau perburuhan oleh orang perseorangan atau badan hukum.
3. Penyerahan harta oleh PKP yang tidak dimaksudkan untuk dijual, sesuai dengan tujuan semula harta tersebut, sepanjang pajak masukan yang dibayar pada saat perolehan dapat dikurangkan sebagaimana dimaksud.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu situasi, topik, tindakan, atau fenomena. Digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang siapa, apa, kapan, di mana, dan bagaimana relevansinya dengan pertanyaan atau masalah penelitian tertentu (Hayati, 2019).

Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada variabel dengan memberi arti atau menentukan bagaimana variabel tersebut diukur dan kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel *e-commerce* ketika terjadi transaksi elektronik antara penjual dan pembeli dengan dampak perdagangan atau perpajakan berupa PPN. Dua variabel yang didefinisikan seperti ini:

1. *Electronic commerce (e-commerce)* dapat merupakan kumpulan teknologi/aplikasi yang menghubungkan proses bisnis secara digital dan dilakukan secara elektronik dari perdagangan barang, jasa, jasa dan informasi. berita lainnya (Wardani, 2018).
2. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa di dalam daerah pabean dan diterapkan secara bertahap di setiap jalur produksi dan distribusi (Resmi, 2016).

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder adalah sumber data yang tidak disampaikan secara langsung kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2019). Selain itu, data yang diperlukan untuk penelitian ini adalah data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung di lapangan bagi pengumpul data (Sugiyono, 2019).

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan secara deskriptif didukung dengan data kuantitatif.

HASIL

Jumlah Transaksi Pembelian *E-Commerce*A

Tabel 2. Aktivitas *E-Commerce* di Indonesia Tahun 2017 s.d 2021

Jenis	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Mencari Produk/Jasa secara <i>online</i>	48%	45%	93%	93%	93%
Mengunjungi <i>online retail</i>	46%	45%	90%	90%	87%
Membeli barang <i>online</i>	41%	40%	86%	88%	87%
Membeli online menggunakan laptop/desktop	34%	31%	37%	25%	78%

Membeli <i>online</i> menggunakan <i>gadget</i>	33%	31%	76%	80%	79%
---	-----	-----	-----	-----	-----

Sumber: We Are Social & Hootsuite's Digital Indonesia in 2017 s.d 2021

Berdasarkan tabel diatas yaitu survey aktivitas *e-commerce* di Indonesia dalam 5 tahun terakhir mulai dari 2017-2021 aktivitas *e-commerce* pada tabel mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2019 hingga 2021 dibanding pada tahun 2017-2018. Tingginya aktivitas pengguna *e-commerce* di Indonesia tentunya disebabkan oleh beberapa faktor. Berikut beberapa faktor utama yang mempengaruhi aktivitas *e-commerce* di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penduduk meningkat
2. Pengguna *Smartphone* Meningkat
3. Pengguna Internet Meningkat
4. Banyaknya Pengguna Media Sosial
5. Perusahaan Teknologi Finansial Semakin Berkembang

Dengan adanya bukti terhadap peningkatan dalam aktivitas *E-Commerce*, banyak pihak yang mulai menyadari pentingnya sebuah kebijakan dan informasi yang menyeluruh agar industri ini dapat tumbuh berkembang. Menurut Surat Edaran No. 63 Tahun 2013, pajak yang dibayarkan melalui transaksi *e-commerce* akan dipungut sesuai dengan peraturan yang berlaku. Oleh karena itu, pedagang yang berjualan secara konvensional ataupun melalui *e-commerce* sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakannya. Selain itu, konsumen yang berbelanja melalui konvensional dan *e-commerce* juga memungut pajak yang sama. Tidak ada perbedaan tarif pajak yang dikenakan pada transaksi melalui *e-commerce* dan transaksi melalui cara konvensional. Hal ini berarti Surat Edaran tersebut hanya menegaskan ketentuan yang sudah ada, seperti Undang-Undang PPN, Undang-Undang KUP, dan Undang-Undang PPh. Pemerintah tidak menciptakan jenis pajak baru atas transaksi melalui *e-commerce*. Aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce* dinyatakan tidak menimbulkan atau menyebabkan kewajiban perpajakan baru. Pajak yang diterapkan pada transaksi *e-commerce* akan sama dengan pengenaan pajak terhadap transaksi konvensional, pemerintah hanya akan memungut PPh dan PPN.

Nilai Transaksi *E-Commerce* yang Menghasilkan PPN

Tabel 3. Nilai Transaksi Perusahaan *E-Commerce* Tahun 2017 s.d 2021

No	Tahun	Shopee (dalam US\$)	Bukalapak (dalam US\$)	Tokopedia (dalam US\$)
1	2017	1.400.000.000	920.000.000	1.600.000.000
2	2018	3.850.000.000	1.900.000.000	5.900.000.000
3	2019	7.186.000.000	3.040.000.000	10.620.000.000
4	2020	11.729.000.000	4.256.000.000	16.461.000.000
5	2021	17.177.000.000	5.533.000.000	23.045.000.000

Sumber: Katadata tahun 2019 s.d 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai transaksi perusahaan *e-commerce* diantara shopee, bukalapak, dan tokopedia yang paling unggul adalah tokopedia dengan nilai transaksi tertinggi. Perkembangan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat. Di tengah pandemi 2020 nilai transaksi *e-commerce* di tiga perusahaan diatas mengalami kenaikan yang signifikan. Peningkatan transaksi *e-commerce* terjadi karena banyaknya waktu orang di rumah sepanjang masa pandemi. Selain itu, adanya teknologi yang semakin meningkat diiringi dengan kecepatan transaksi yang semakin mudah dan cepat sangat membantu akselerasi bisnis digital jenis tersebut. Sejalan dengan digitalisasi sistem pembayaran yang dilakukan oleh BI, adanya kemudahan sistem pembayaran digital, serta akselerasi bank digital. Ditambah peningkatan akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring yang membuat makin besarnya total nilai transaksi *e-commerce*. Peningkatan jumlah transaksi *e-commerce* juga tidak terlepas dari kebijakan pemerintah dalam mendorong akseptasi digital kepada masyarakat, serta terus

mengakselerasi perkembangan *fintech* dan *digital banking*. Berdasarkan data diatas, transaksi *e-commerce* dinilai wajib untuk dipajaki mengingat peningkatan yang terjadi pada transaksi *e-commerce* dari tahun ke tahun semakin besar. Hal-hal tersebut sangat memungkinkan dapat menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar *e-commerce* yang potensial. Hal ini juga di dukung dengan keluarnya Surat Edaran No. 63 Tahun 2013 yang berisi tentang penegasan perpajakan atas transaksi *e-commerce*.

Tabel 4. Data Realisasi Penerimaan PPN Secara Umum (20% adalah penerimaan PPN dari transaksi *e-commerce*) Tahun 2017 s.d 2021

Tahun	Penerimaan PPN	WP PKP
2017	278.251.637.335	981
2018	249.565.901.779	1037
2019	241.178.714.639	1106
2020	259.642.620.247	1084
2021	143.979.767.746	1126

Sumber : KPP Pratama Palembang Seberang Ulu, 2022

Berdasarkan tabel 4. diatas realisasi penerimaan PPN dari tahun 2017-2021 cukup mengalami kenaikan setiap tahun namun pada tahun 2021 mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya. Menurut Ekonomi dari Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), Bhima Yudhistira, penerimaan pajak yang rendah dikarenakan tingkat kepatuhan masyarakat membayar pajak yang masih rendah. Tidak hanya itu, sebagian masyarakat yang masih menganggap membayar pajak merupakan bentuk penjahatan dan bukan suatu kewajiban. Namun bukan hanya itu saja masih banyak masyarakat kelas atas yang lari dari hak dan kewajiban dalam menjalankan perpajakan. Bahwa masih banyak masyarakat dari kelas atas yang belum memiliki NPWP. PPN merupakan sumber penerimaan pajak terbesar kedua setelah PPh dengan memberikan kontribusi sekitar 30% dari penerimaan pajak. Kegiatan konsumsi bagi Negara seperti Indonesia merupakan salah satu kegiatan ekonomi utama yang dilakukan, maka dari itu semakin bertambah kegiatan konsumsi masyarakat berarti akan berpengaruh kepada jumlah penerimaan PPN. Melihat fenomena tersebut maka dapat diasumsikan bahwa PPN mempunyai hubungan erat dengan kegiatan ekonomi. Dalam kegiatan ekonomi tersebut terdapat faktor internal dan faktor eksternal untuk menjaga kestabilan kegiatan ekonomi. Banyak dampak negatif jika hal ini terus berlangsung, diantaranya berdampak pada perusahaan dalam negeri yang dalam kegiatan usahanya melibatkan ekspor impor yang akan berlanjut pada harga jual akhir yang ditawarkan kepada konsumen akan semakin tinggi sehingga daya beli konsumen akan turun. Hal tersebut akan melebar kepada menurunnya penerimaan PPN.

Tabel 5. Data Penerimaan PPN Berdasarkan Nilai Transaksi *E-Commerce* Tahun 2017 s.d 2021

Tahun	Penerimaan PPN	Wajib Pajak Pengusaha kena Pajak
2017	55.650.327.467	196
2018	49.913.180.355	207
2019	48.235.742.927	221
2020	51.928.524.049	216
2021	28.795.953.549	225

Sumber : KPP Pratama Palembang Seberang Ulu, 2022

Berdasarkan tabel 5. diatas penerimaan PPN atas transaksi *e-commerce* lima tahun terkakhir mengalami kenaikan akan tetapi tidak signifikan, pada tahun 2021 penerimaan PPN atas transaksi *e-commerce* mengalami penurun yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya. Perbandingan dengan tabel 3 transaksi *e-commerce* mengalami kenaikan yang signifikan lima tahun terakhir dan nilai transaksi *e-commerce* ini juga jauh lebih besar dari penerimaan pajak

yang didapatkan. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya kepatuhan dan kesadaran Wajib Pajak dalam membayar pajak setiap tahunnya sebagai pihak *e-commerce*. Dalam hal ini, wajib pajak bisnis online sebagian besar masih belum mengetahui kewajiban perpajakannya. Upaya pemerintah untuk memungut PPN-nya di *e-commerce* menghadapi banyak kendala dan tidak akan mudah. DJP juga mewajibkan pelaku ekonomi yang ditunjuk sebagai pemungut pajak *e-commerce* untuk memberikan bukti pemungutan PPN yang dipungutnya. Pengenaan PPN-nya atas *e-commerce* merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk mewujudkan keadilan dengan menjaga paritas usaha antara pelaku usaha tradisional dan digital. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) membutuhkan *due process* dalam aplikasinya untuk memantau dan memproses penerimaan pajak di sektor *e-commerce*. Sebab, sasaran perpajakan adalah mereka yang melakukan aktivitas perdagangan di dunia maya yang secara fisik sulit ditemukan. Kegiatan *e-commerce* sendiri merupakan kegiatan perdagangan yang memanfaatkan jaringan elektronik. Karena aktivitas pelaku berlangsung di dunia maya, mereka tidak dapat diidentifikasi secara fisik secara langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa masih diperlukan pemantauan dan pengolahan penerimaan pajak di sektor *e-commerce*.

Perhitungan Nilai PPN Secara Persentase

Penerimaan PPN Secara Persentase menurut periode 2017 s.d 2021

Rumus : Persentase Kenaikan (%) = $(\text{akhir} - \text{awal}) \times 100\%$

$$\begin{aligned}
 & \text{Awal} \\
 2018 &= \frac{55.650.327.467 - 49.913.180.355}{55.650.327.467} \times 100\% \\
 &= \frac{5.737.147.112}{55.650.327.467} \times 100\% \\
 &= 0,10309278261 \times 100\% \\
 &= 10\% \\
 2019 &= \frac{49.913.180.355 - 48.235.742.927}{49.913.180.355} \times 100\% \\
 &= \frac{1.677.437.428}{49.913.180.355} \times 100\% \\
 &= 0,0336071037 \times 100\% \\
 &= 4\% \\
 2020 &= \frac{51.928.524.049 - 48.235.742.927}{48.235.742.927} \times 100\% \\
 &= \frac{3.692.781.122}{48.235.742.927} \times 100\% \\
 &= 0,07655694509 \times 100\% \\
 &= 8\% \\
 2021 &= \frac{51.928.524.049 - 28.795.953.549}{51.928.524.049} \times 100\% \\
 &= \frac{23.132.570.500}{51.928.524.049} \times 100\% \\
 &= 0,44546943946 \times 100\% \\
 &= 45\%
 \end{aligned}$$

Penanganan Terhadap Pajak Di Bidang *E-Commerce*

Penanganan Ini akan dilakukan oleh *Account Representative* (AR) melibatkan klasifikasi yang berbeda dari masing-masing model bisnis *e-commerce*. Wajib pajak yang melakukan bisnis *online* dikenai pajak oleh fiskus berdasarkan aspek perpajakan dari kegiatan perdagangannya. Baik dalam jual, beli, pajak atas pertambahan nilai barang atau jasa tersebut maupun seluruh proses yang berhubungan dengan pemungutan pajak sebagaimana diatur dalam undang-undang perpajakan. Aspek pajak ini berlaku untuk semua pihak yang terlibat dalam melakukan kegiatan *e-commerce*. Para pelakunya merupakan subjek dan objek yang di dalam kegiatan perdagangannya memiliki aspek perpajakan yang dikenakan. Selain itu, penanganan transaksi *e-*

commerce setara dengan perdagangan tradisional. Tidak ada perbedaan dalam hal pemungutan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Namun, itu membutuhkan proses pengumpulan dan penyaringan data yang sangat sulit untuk diterapkan pada pelaku bisnis *e-commerce*. Kondisi pelaku yang menggunakan media dunia maya mengkhawatirkan pihak DJP menjadi kesulitan.

Penanganan perpajakan terkait dengan transaksi *e-commerce* memberikan ruang bagi pemenuhan potensi perpajakan. Secara umum penanganan yang sama diberikan untuk wajib pajak pelaku usaha online. Aspek perpajakan yang timbul merupakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undang perpajakan yang berlaku. Penanganan para (AR) kepada wajib pajak pelaku usaha online berpotensi dalam meningkatkan penerimaan pada KPP Pratama Palembang Seberang Ulu. Dampak yang akan dihasilkan dengan adanya penanganan terhadap transaksi ini adalah perubahan ekonomi. Untuk pembangunan sistem keamanan bagi para pelaku usaha online, sistem perpajakan untuk peningkatan penerimaan Negara, maupun membangun kesadaran para wajib pajak pelaku usaha online untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Pengawasan Perpajakan di Bidang *E-commerce*

Transaksi *e-commerce* merupakan objek dan subjek pajak yang dapat dipungut atas pajaknya. Strategi perpajakan di bidang *e-commerce* seharusnya memiliki perlakuan yang berbeda untuk sistem dalam hal pengawasan. Pemerintah sebagai aktor dalam pembuat kebijakan, dalam hal ini adalah DJP yang bertanggungjawab untuk melakukan kewenangan atas pemungutan pajak di Indonesia. Pengawasan perpajakan dilakukan secara menyeluruh untuk pemungutan pajak di bidang *e-commerce* di Indonesia. Kemunculan transaksi *e-commerce* di Indonesia menyebabkan trend baru. Namun, pengawasan menjadi permasalahan tersendiri bagi DJP dalam perkembangan bisnis di dunia maya. *E-commerce* menjadi media perdagangan yang cukup efektif bagi masyarakat. Kebutuhan akan informasi secara cepat dapat didapat melalui media elektronik, disanalah *e-commerce* berkembang. Pengawasan yang terpenting adalah berasal dari DJP dari sistem yang dimiliki dan dibuat oleh DJP serta pemerintah. Fasilitas pendukung untuk keamanan dirasa perlu disesuaikan untuk menjangkau para pelaku usaha online yang masih belum terdaftar sebagai wajib pajak. Para pelaku tersebut seharusnya mendapatkan himbauan mengenai perpajakan yang berlangsung. Data-data mengenai identitas dari para pelaku usaha online wajib dimiliki oleh pihak DJP untuk memastikan mengenai transaksi yang berlangsung beserta aspek perpajakannya.

Pengawasan dari para AR juga sudah dilakukan dalam rangka pemenuhan kewajiban perpajakan bagi wajib pajak pelaku usaha online. Pengawasan secara menyeluruh kepada wajib pajak pelaku usaha online dan sistem fasilitas pendukung dari DJP mampu meningkatkan potensi perpajakan dari transaksi *e-commerce*. Pengawasan tersebut berlaku dalam hal pemantauan terhadap maraknya berdagang dan berbelanja secara online. Kemudahan yang didapat baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli meningkatkan proses bisnis untuk *e-commerce*. Selayaknya, pihak DJP membuat sistem khusus dalam hal pengawasan yang nantinya akan membantu bagi para AR untuk melaksanakan tanggungjawabnya pada masing-masing wilayah perpajakannya. Sehingga, pengawasan yang dilakukan akan terjadi secara sistematis dan terukur

PEMBAHASAN

1. Berdasarkan data penerimaan PPN dari wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Palembang yang sudah dihitung dengan menggunakan rumus perhitungan nilai PPN secara persentase.. Penurunan yang cukup signifikan ini disebabkan karena kurangnya kepatuhan dan kesadaran wajib pajak sebagai pelaku transaksi *e-commerce* untuk membayar pajaknya setiap tahun. Seperti untuk pemenuhan pelaporan perpajakan dalam hal pengisian surat pemberitahuan masa, dan lain sebagainya.
2. Berdasarkan data dari website resmi *We Are Social Report* Indonesia tahun 2017-2021 tentang aktivitas para konsumen *e-commerce* dalam mencari produk secara online, mengunjungi online retail, membeli barang secara online, membeli online menggunakan laptop/desktop dan membeli online menggunakan gadget terus mengalami peningkatan dari tahun 2017 sampai

tahun 2021 dan mengalami penurunan ditahun 2020 . Hal-hal tersebut sangat memungkinkan dapat menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar *e-commerce* yang potensial disamping keadaan pasar konvensional yang semakin berkurang signifikan.

3. Berdasarkan aktivitas transaksi *e-commerce*, Indonesia belum mampu menarik pajak PPN terhadap transaksi *e-commerce* dalam jumlah ideal. Hal ini dapat dilihat dari nilai transaksi *e-commerce* dimana mengalami kenaikan signifikan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir akan tetapi pada penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* mengalami kenaikan tetapi tidak signifikan dalam kurun waktu lima tahun terakhir ini, bahkan mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2021, alasan transaksi *e-commerce* mengalami kenaikan signifikan tetapi penerimaan pajak PPN tidak mengalami kenaikan yaitu dengan beberapa alasan yang di hadapi dalam Penerapan Pajak *E-Commerce*, Transaksi *E-Commerce* yang Sulit di Deteksi Wujud Usahanya, Kepatuhan Wajib Pajak yang masih kurang, Kesadaran serta Pemahaman Perpajakan Wajib Pajak yang belum maksimal dan Sosialisasi belum dilakukan secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan bahwa Dampak *e-commerce* terhadap Penerimaan Pajak di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Palembang Seberang Ulu dinilai cukup baik karena penerimaan pajak mengalami peningkatan tetapi pada tahun 2021 mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan yang signifikan ini disebabkan oleh kurangnya Kesadaran serta Pemahaman Perpajakan Wajib Pajak yang belum maksimal bahwa mereka membayar pajak setiap tahun ,Transaksi *E-Commerce* yang Sulit di deteksi wujud usahanya dan sosialisasi yang belum dilakukan secara menyeluruh.

REFERENSI

- Aprilia, Anita. *Penanganan dan pengawasan perpajakan dalam rangka intensifikasi di bidang e-commerce (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)*. Diss. Brawijaya University, 2014.
- Bloomenthal, Andrew. 2019. *Electronic Commerce (e-commerce)*.
- Direktorat Jenderal Pajak. 2013. *Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce*. Surat Edaran. Jakarta, Indonesia: Direktorat Jendral Pajak.
- Indonesian E-Commerce Association. 2016. Diakses 24 Juli. <https://www.idea.or.id/berita/detail/penelitian-konsumen-industri-e-commerce-indonesia-siapakah-pilihan-konsumen-indonesia>
- Irnawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 95.
- Kemenkeu. (2022). *Kemenkeu: penegasan-terkait-perubahan-tarif-ppn-sesuai-uu-no-7-tahun-2021-tentang-harmonisasi-peraturan-perpajakanhpp*. [http://kemenkeu.go.id.\(online\)](http://kemenkeu.go.id.(online)). (Diakses pada tanggal 21 juni 2022).
- Kominfo. (2017). *Kemkominfo: Sistem e-Commerce dan Perlindungan Konsumen*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. <http://kominfo.go.id>. (Online). (Diakses pada tanggal 20 juni 2022).
- Pramesti, Sang Ayu Putu Devi., dan Ni Luh Supadmi. 2017. Pengaruh PPN, PPnBM, dan PKB tarif progresif Pada Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat. Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 18 No.1, pp: 674-704.
- Pratiwi, I.W. (2020). *Analisis Tentang Pemahaman Pajak E-commerce Pada Pemilik Bisnis Online Shop Di Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara)*.
- Ratnasari, Ida Ayu Putri., dan Putu Ery Setiawan. 2015. Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Kendaraan Bermotor Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan di Denpasar. Denpasar: *EJurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 15 No. 2, pp: 887-914.
- Resmi, S. 2016. *Perpajakan Teori Dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, A. (2018). *Aspek hukum perlakuan pajak pertambahan nilai (ppn) terhadap transaksi perdagangan elektronik (ecommerce) di Indonesia (Bachelor's thesis, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*.

- Sasana, L. P. W. (2019). Analisis Penerapan Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi E-Commerce Pada Direktorat Jenderal Pajak. *Jurnal Mnadiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 3(1), 50-66.
- Selano, Joshua Michael. 2020. *Melihat Kembali Efektivitas Pajak E-Commerce*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA, cv.
- Sukardji, Untung. 2009. *Ppn Pajak Pertambahan Nilai Edisi Revisi*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada.
- Suyanto M, 2003, *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Andi, Yogyakarta.
- We Are Social & Hootsuite's Digital Indonesia in 2015-2019 Report. Diakses 20 Juni. <https://www.slideshare.net/https://www.slideshare.net/weareocial/digitalin-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464>
- We Are Social & Hootsuite's Digital Indonesia in 2022 Report. Diakses 22 Juni. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>