

MENINGKATKAN POTENSI PAJAK UMKM ONLINE MELALUI DATA E-COMMERCE

STUDI KASUS WILAYAH PULAU JAWA

Banu Wicaksono

KPP PMA Lima, JalanTMP Kalibata, Jakarta Selatan, Indonesia , Email: banuwicaksono007@gmail.com

ABSTRAK

The recently launched Government Regulation, PP No. 23 of 2018 concerning Income Tax on Income from Business Received or Received by a Taxpayer Who Has Certain Gross Circulation is a new potential to increase state revenue. In this era of digital revolution, many MSME businesses have turned to online media. The growing number of E-commerce applications has resulted in an increase in the number of MSMEs in Indonesia, especially trading businesses. However, the existence of these MSMEs is difficult to capture, so it is difficult to know the potential tax on trade results. Strategies and tactical steps are needed to find out the potential. This study aims to measure the potential level of MSME business tax revenue through Big Data. The data source used was OLX.com's 2016 crawling. The data is aggregated by district/city for the provinces in Java. Research variables are the number of goods or services sold and the average price of goods / services. The methodology used is descriptive analysis. Based on the results of the study, the increase in MSME business tax revenues from E-commerce data for the Java region was 23.43% of the personal and corporate income tax.

Keywords: Micro Small Medium Enterprise (MSME), Tax, E-commerce, Big Data

Peraturan Pemerintah yang baru saja diluncurkan yaitu PP No. 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu merupakan potensi baru untuk meningkatkan penerimaan negara. Di era revolusi digital ini, banyak UMKM yang telah beralih ke media online. Semakin banyaknya aplikasi *E-commerce* berdampak pada peningkatan jumlah UMKM di Indonesia, khususnya usaha perdagangan. Namun keberadaan UMKM tersebut sulit ditangkap keberadaannya, sehingga sulit untuk mengetahui potensi pajak hasil perdagangannya. Diperlukan strategi dan langkah taktis untuk mengetahui potensi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat potensi penerimaan pajak UMKM melalui Big Data. Sumber data yang digunakan adalah data hasil *crawling* OLX.com tahun 2016. Data yang digunakan merupakan data agregasi menurut kabupaten/kota di Pulau Jawa. Variabel penelitian adalah jumlah barang atau jasa yang terjual dan rata-rata harga barang/jasa. Metodologi yang digunakan adalah analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan penerimaan pajak UMKM bersumber data *E-commerce* untuk wilayah Jawa adalah sebesar 23.43% dari Pajak Penghasilan Orang Pribadi dan Badan.

KATA KUNCI: UMKM, Pajak, *E-commerce*, Big Data

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

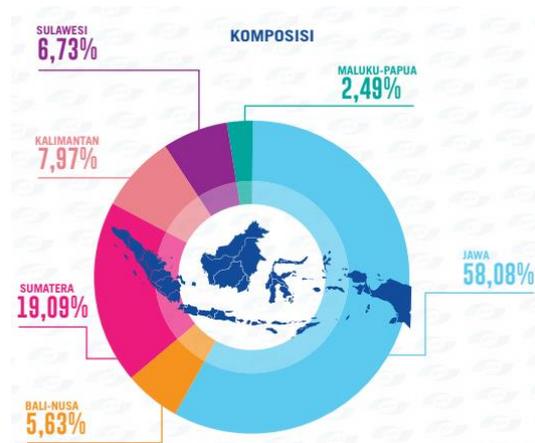
Saat ini, pajak merupakan kontributor terbesar dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang berarti perannya sangat besar bagi kelangsungan pembangunan bangsa ini. (Tjahjono & Husein, 2005). Pajak merupakan sumber pendapatan negara yang sangat penting bagi penyelenggaraan pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan nasional. Sehingga pemerintah menempatkan kewajiban perpajakan sebagai salah satu perwujudan kenegaraan yang merupakan sarana dalam pembiayaan negara dalam pembangunan nasional guna tercapainya tujuan negara.

Menurut Domianus Andreas, ada delapan langkah strategi pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak (Andreas, 2017). Diantaranya yaitu melaksanakan reformasi pajak secara konsisten dan berkelanjutan dalam bentuk kemudahan pelaporan, pembayaran, dan kemudahan akses informasi perpajakan. Beberapa

inovasi dalam bentuk pelayanan telah diterapkan. Salah satu inovasi tersebut yaitu adanya aplikasi E-filing untuk mempermudah pelaporan. Langkah lain yaitu meningkatkan ekstensifikasi, intensifikasi, dan penegakan hukum perpajakan. Bentuk penerapan langkah ini yang sedang digagas dan direncanakan yaitu pemberlakuan pajak pelaku usaha dalam *E-commerce*.

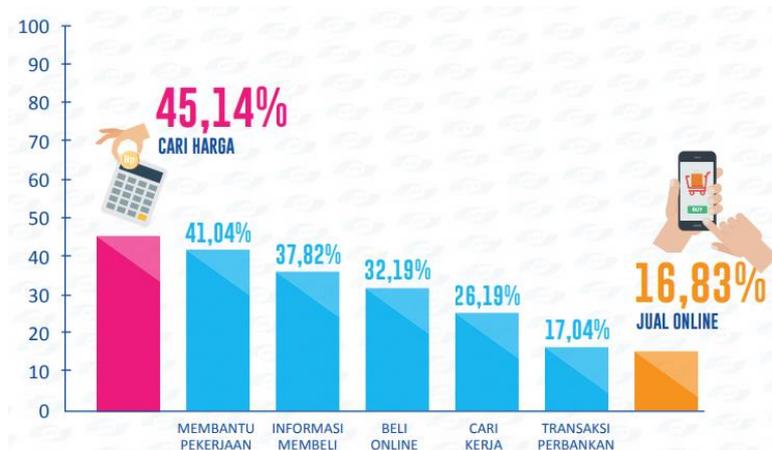
Dalam era digitalisasi, para pelaku usaha khususnya dalam perdagangan telah beralih cara berdagangnya, dari konvensional menjadi online melalui jaringan internet. Adanya digital revolution ini mendorong tumbuhnya UMKM. Hal ini merupakan potensi pajak yang besar. Akan tetapi jumlah keberadaan usaha tersebut baik diidentifikasi jumlah maupun kontribusi pajaknya belum dapat diestimasi. Baik UMKM dengan transaksi konvensional maupun online (*E-commerce*) seharusnya dikenakan pemberlakuan pajak yang sama. Menurut (Tibahary, 2016) kewajiban pajak pelaku bisnis konvensional atau *E-commerce* tidak berbeda.

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017), persentase pengguna internet di Indonesia tahun 2017 sebanyak 54,68% dari total populasi penduduk Indonesia, dan setiap tahun mengalami kenaikan sekitar 7%. Berdasarkan sebaran wilayah, hampir seluruh lapisan wilayah di Indonesia telah mengakses internet dan pulau Jawa merupakan wilayah dengan pengguna internet terbanyak di Indonesia yaitu 58,08%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Persentase Pengguna Internet berdasarkan wilayah
Sumber : Laporan Survei APJII Tahun 2017

Menurut data yang dirilis oleh (APJII, 2017), pemanfaatan internet menurut bidang ekonomi secara umum digunakan untuk kegiatan transaksi jual beli. Gambar 2 menjelaskan tentang persentase pengguna internet yang dirinci berdasarkan pemanfaatan internet dalam bidang ekonomi. Pemanfaatan internet untuk beli dan jual online relatif besar yaitu 32,19 % dan 16,83%. Hal ini menunjukkan bahwa antara permintaan dan penawaran transaksi usaha perdagangan terjadi secara online. Menurut (Makalalag, 2016) Transaksi perdagangan secara online memiliki potensi untuk dapat dikenakan pajak penghasilan, meskipun secara khusus belum ada aturan yang mengatur perlakuan PPh atas pengusaha perdagangan online.



Gambar 2 Persentase pemanfaatan internet bidang ekonomi
 Sumber : Laporan Survei APJII Tahun 2017

Seluruh kegiatan usaha perdagangan baik secara konvensional maupun online dikenakan pajak yang sama. Secara prinsip tidak ada perbedaan antara transaksi jual beli secara online dengan transaksi jual beli secara konvensional. Sesuai asas dan prinsip perpajakan “Asas Keadilan”, keduanya sama-sama harus dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Sari, 2018).

Untuk meningkatkan penerimaan negara, salah satunya adalah meningkatkan penerimaan pajak. Berbagai strategi dan kebijakan telah diterapkan oleh Dirjen Pajak untuk meningkatkan pajak tersebut. Apabila diamati kenaikan penerimaan pajak khususnya pajak penghasilan bersifat fluktuatif. Pada tahun 2008, 2011, dan 2017 merupakan kenaikan tertinggi. Pada tahun-tahun tersebut DJP menerapkan program kebijakan pajak tertentu, sehingga mampu meningkatkan penerimaan pajak yang cukup besar. Hal ini dapat dilihat pada gambar 3.

Usaha perdagangan online merupakan potensi penerimaan pajak yang besar. Akan tetapi keberadaan dan pendataan pedagang online tersebut belum dapat diketahui sampai saat ini. Sehingga diperlukan estimasi seberapa besar potensi pajak *e-commerce* tersebut, agar langkah kebijakan dan langkah strategi yang akan dilakukan dapat disesuaikan dengan besarnya ruang lingkup atas pajak yang akan diterima. Untuk itu, penelitian ini meneliti tentang estimasi potensi penerimaan pajak yang bersumber dari ecommerce yang dirinci menurut wilayah kabupaten/kota pulau Jawa.



Gambar 3 Persentase kenaikan pajak penghasilan tahun 2008-2018
 Sumber : Kementerian Keuangan

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya untuk menghitung estimasi penerimaan pajak penghasilan orang pribadi dan badan pada tahun 2016 yang akan dibandingkan dengan realisasi penerimaan pajak tahun 2016. Data yang digunakan adalah data OLX tahun 2016 menurut 118 Kabupaten/Kota di Jawa dengan 13 jenis barang/jasa yang secara umum banyak dilihat oleh pembeli. Penggunaan data OLX disebabkan keterbatasan ketersediaan data *e-commerce* yang dapat digunakan untuk penelitian. Pulau Jawa dipilih karena dianggap sebagai pulau dengan jumlah pengguna internet mencapai 60 % dari total penduduknya.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Apakah data OLX bisa digunakan untuk mengestimasi potensi pajak?;
2. Berapa estimasi peningkatan pajak melalui potensi penerimaan pajak UMKM *E-commerce* menurut kabupaten/kota dalam bentuk persentase?.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah untuk menentukan langkah strategi yang perlu dilakukan untuk memberlakukan peraturan perpajakan UMKM dalam *E-commerce* dengan pertimbangan besarnya potensi pajak.

2 TINJAUAN PUSTAKA

Pajak *E-commerce*

Pajak berdasarkan Undang- Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 16 tahun 2000 sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 yang selanjutnya disebut UU KUP adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang 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. Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara untuk kemakmuran rakyat.

Menurut (Kiswara, 2011), pajak adalah sumber penerimaan pemerintah yang paling utama, bersumber dari partisipasi masyarakat dan digunakan untuk melaksanakan pembangunan nasional secara lebih efektif. Pajak merupakan penyumbang sumber penerimaan terbesar dalam komposisi penerimaan negara. Oleh karena itu, pajak menjadi komponen penting agar pemerintahan tetap berjalan dengan baik.

Formulasi peraturan mengenai *e-commerce* di Indonesia pada dasarnya telah disusun dua tahun lalu. Pada 11 November 2016, pemerintah meluncurkan Paket Kebijakan Ekonomi XIV tentang Peta Jalan (Roadmap) *e-commerce* di Indonesia. Paket kebijakan ini diinisiasi karena belum ada peta jalan *e-commerce* nasional yang akan mendorong tumbuh kembangnya *e-commerce* di Indonesia. Ada beberapa poin penting yang diatur dalam Paket Kebijakan Ekonomi XIV. Pertama, di sektor pendanaan melalui Kredit Usaha Rakyat untuk tenant pengembangan platform, dana Universal Service Obligation (USO) untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

digital dan start-up *e-commerce* platform. Kedua, di sektor perpajakan melalui pengurangan pajak bagi investor lokal yang berinvestasi di start-up, Penyederhanaan izin prosedur perpajakan bagi start-up *e-commerce* dengan omzet dibawah Rp 4.800.000.000,00 per tahun melalui pelaksanaan PP Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan (PPh) dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu. Dengan demikian, PPh final hanya sebesar 1 persen. Ketiga, di sektor perlindungan konsumen melalui harmonisasi regulasi yang menyangkut sertifikasi elektronik, proses akreditasi, kebijakan mekanisme pembayaran, perlindungan konsumen dan pelaku industri *e-commerce*, serta skema penyelesaian sengketa (Hayyu, 2018).

Presiden Joko Widodo pada tanggal 21 Juli 2017 telah menandatangani Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (SPNBE) / Road Map *e-commerce* Tahun 2017-2019. Perpres tersebut dikeluarkan dengan menggunakan pertimbangan bahwa ekonomi berbasis elektronik mempunyai potensi ekonomi yang besar dan merupakan salah satu tulang punggung perekonomian nasional. Selain itu, perpres tersebut juga mengamanatkan bahwa dalam rangka mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi berbasis elektronik, pemerintah perlu mendorong percepatan dan pengembangan sistem perdagangan nasional berbasis elektronik (*e-commerce*), usaha pemula (start-up), pengembangan usaha, dan percepatan logistik. Beberapa program yang menjadi tujuan dari perpres tersebut mencakup program pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan sumber daya manusia, infrastruktur komunikasi, logistik, keamanan siber, dan pembentukan manajemen pelaksana peta jalan SPNBE 2017-2019. Di satu sisi, sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi, pelayanan publik yang sama menjadi hak bagi setiap warga negara, namun di sisi lain setiap warga negara juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi membangun negara melalui pajak. Dalam hal ini, pemerintah melalui Kementerian Keuangan (Kemenkeu) mempunyai tugas berat mewujudkan keadilan ekonomi bagi semua warga negara melalui instrumen perpajakan

Pemerintah segera menerbitkan aturan terkait tata cara pemungutan pajak yang terutang di industri *e-commerce*. Latar belakangnya adalah saat ini telah muncul suatu pola baru dalam perdagangan barang dan jasa dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi yang kita kenal sebagai *e-commerce*. Berdasarkan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan yang berlaku, berjualan secara konvensional ataupun melalui *e-commerce* sama-sama terutang pajak (PPh dan PPN). Pemerintah perlu memastikan bahwa pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi *e-commerce* telah dipungut sesuai aturan yang berlaku. Pedagang yang berjualan secara konvensional ataupun melalui *e-commerce* sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakannya dan konsumen yang berbelanja melalui pedagang konvensional ataupun pedagang *e-commerce* dikenakan pajak yang sama.

Dalam era digitalisasi ini, budaya masyarakat mulai bergeser ke arah digitalisasi. Segala aktivitas masyarakat khususnya pada bidang perekonomian telah melibatkan media digital ini. Sebagai contoh masyarakat saat ini lebih nyaman berbelanja melalui online dibandingkan harus ke pasar atau pusat perbelanjaan. Hal ini tentunya mendorong tumbuhnya aplikasi perdagangan online dan pedagang atau UMKM yang berdagang melalui aplikasi online. Fenomena inilah yang dikenal dengan pasar *E-commerce*.

E-commerce adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*) (Karmawan, 2010). Secara umum *E-commerce* diartikan sebagai semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik. Dalam sistem *e-commerce*, pengusaha tidak berhadapan secara langsung dengan pembeli, karena seluruh kegiatan bisnis dilakukan melalui sistem internet atau online. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah memetakan *e-commerce* ke dalam 4 (empat) model bisnis yang tertuang dalam SE-62/PJ/2013. Model bisnis terbagi sebagai berikut:

1. Online Marketplace

Online Marketplace adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa toko internet di mal internet (*online shop*) sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang dan/atau jasa. Dalam model ini, pembeli melakukan transaksi yaitu pemesanan dan pembayaran kepada *Online Marketplace*, yang menjadi tempat berbagai *merchant* untuk memasarkan barang dagangan mereka. Dalam hal ini, *online marketplace* hanya bertindak sebagai perantara penjualan atau jasa penyedia tempat dan waktu bagi *merchant* untuk memasarkan produk mereka. *Online marketplace* akan menerima penghasilan atau bagian sebagai jasa perantara pembayaran. Karakteristik penjualan dalam model ini adalah toko permanen di sebuah pasar *online*. Dalam sistem ini, penawaran, pemesanan dan pembayaran dilakukan secara *online*. Contoh online marketplace adalah Tokopedia.com, Rakuten.com, dan Bukalapak.com.

2. Classified Ads

Classified Ads adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang content (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujuk. Dalam model ini, Pengiklan melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Penyelenggara *Classified Ads* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan invoice atas *Transaction Fee*. Nantinya, penyelenggara *Classified Ads* akan memberikan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu kepada Pengiklan untuk memasang iklan di situs *Classified Ads*. Dalam sistem ini, penawaran dilakukan secara *online*, namun sistem pemesanan dan pembayaran dilakukan secara *offline*. Contoh klasifikasi ini adalah Tokobagus.com, Kaskus.co.id, OLX.com, dan Berniaga.com

3. Daily Deals

Daily Deals adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli. Model ini menggunakan *voucher* sebagai sarana pembayaran. Contoh *Daily Deals* adalah Lakupon.com, Dealgoing.com, dan Groupon Disdus.

4. Online retail

Online Retail ialah kegiatan penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara *Online Retail* kepada Pembeli di situs *Online Retail*. Dalam model ini, penyelenggara *Online Retail* akan menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual melalui

situs *Online Retail*. Pembeli akan melakukan pemesanan melalui situs *Online Retail*. Pembeli melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening bank yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Retail*, menggunakan uang tunai (*Cash On Delivery*) atau dengan cara lain yang ditetapkan. Setelah itu, Penyelenggara *Online Retail* akan mengirimkan barang dan/atau jasa kepada Pembeli. Kegiatan penawaran dilakukan secara online, namun pemesanan dan pembayaran dapat dilakukan via *online* atau *offline*. Contoh klasifikasi ini adalah Blibli.com dan Lazada.com

Kumpulan transaksi dalam aplikasi *E-commerce* tersebut membentuk sebuah kumpulan data besar dengan variabel dan kecepatan bertambah yang besar. Data tersebut biasa disebut Big Data. Big Data dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk dilakukan analisis terkait hasil transaksi perdagangan online. Karakteristik data *E-commerce* secara umum memuat variabel: jumlah barang terjual, jenis barang/jasa, daftar harga, jumlah *viewer*, nama penjual, dan lokasi penjual. Data dengan karakter tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi estimasi perpajakan.

Menurut (Laney), "*Big data is high-volume, high-velocity and/or high-variety information assets that demand cost-effective, innovative forms of information processing that enable enhanced insight, decision making, and process automation*". Menurutnya, ada 3(tiga) bagian terpenting dalam Big Data yaitu Volume, Kecepatan, dan Variasi. Volume yaitu ukuran data yang besar, yang dapat bersumber dari transaksi bisnis, media sosial, dan informasi dari sensor atau mesin. Kecepatan dilihat dari aliran data yang bertambah dengan cepat, sedangkan variasi yaitu bermacam-macam variabel dan format data. Berdasarkan penjelasan tersebut data *E-commerce* memenuhi ketiga karakteristik Big Data, data *e-commerce* merupakan salah satu bentuk Big Data.

Pemerintah telah menetapkan aturan mengenai batasan Pengusaha Kena Pajak (PKP) yaitu pengusaha yang omzetnya mencapai Rp 4.800.000.000,00. Dengan demikian, semua pelaku usaha termasuk pebisnis online yang omzetnya mencapai jumlah tersebut, wajib memungut PPN atas setiap transaksinya. Namun belum ada kepastian bahwa apakah setiap transaksi online yang dilaksanakan oleh pengusaha *e-commerce* baik badan usaha atau orang pribadi yang sudah tergolong PKP, telah memungut PPN dan menyetorkan ke kas negara. Hal inilah yang cukup sulit dideteksi, dikarenakan transaksi *e-commerce* sangat berbeda dengan transaksi konvensional.

Data *E-commerce* dapat dimanfaatkan untuk mengestimasi tingkat kenaikan pajak yang akan disumbangkan dalam penerimaan negara. Selama ini aktivitas dalam *e-commerce* belum tercatat sebagai penerimaan pajak. Melalui Peraturan Pemerintah yang baru saja diterbitkan, perdagangan dalam *e-commerce* seharusnya sudah dapat dikenakan pajak. Secara subjektif dan objektif, pengusaha perdagangan online/*E-commerce* dikenakan pajak PPh sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yang dikenai PPh berdasarkan pasal 2 ayat 1 yaitu:

- a. Wajib Pajak orang pribadi;
- b. Wajib Pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, atau perseroan terbatas,

yang menerima atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp.4.800.000.000,00 dan 1(satu) tahun pajak. Maka pengusaha dalam perdagangan online dapat digolongkan sebagai Subjek pajak orang pribadi dan subjek pajak badan.

- a. Subjek pajak orang pribadi pada perdagangan online yaitu para pengusaha yang bersifat individu dalam menjalankan usahanya. Dapat dicontohkan sebagai pengusaha yang hanya memiliki toko pada dunia maya (cyber space) dengan tanpa adanya tempat usaha di dunia nyata. Sehingga bentuk transaksi orang pribadi perdagangan online menggunakan media elektronik seperti telepon, komputer pribadi, online shop, Automatic Teller Machine (ATM), smart card atau smart phone, melalui saluran telekomunikasi seperti jaringan telepon publik tradisional, jaringan komputer, jaringan komputer yang bergerak, dan sejenisnya
- b. Sedangkan subjek pajak badan yaitu para pengusaha yang mempunyai perusahaan seperti CV, PT, dll atau yang memiliki tempat usaha di dunia nyata dan di dunia maya (cyber space).

Ada banyak kendala yang dihadapi untuk pengenaan pajak atas transaksi online. Transaksi *e-commerce* terjadi dalam waktu yang singkat, sehingga sangat sulit untuk melacak siapa saja pelaku transaksinya. Bentuk barang atau jasa yang diperdagangkan kebanyakan berformat digital (nonfisik) seperti software, video, musik, e-magazine, sehingga cukup menyulitkan dalam penentuan obyek pajaknya. Disamping itu, bukti transaksinya adalah bukti elektronik sehingga membuat transaksi *e-commerce* semakin susah untuk dideteksi. Dan kendala yang terakhir adalah bahwa transaksi online tak hanya terjadi di dalam wilayah pabean Indonesia saja, namun terkadang menembus batas geografis negara lain. Karena sifatnya lintas negara, banyak perusahaan *e-commerce* yang menjalankan bisnis secara online disuatu negara, meskipun tidak ada keberadaan secara fisik perusahaan di negara tersebut. Hal ini tentu akan menimbulkan kesimpangsiuran mengenai negara mana yang berhak memungut pajaknya, dikarenakan pengenaan pajak hanya mencakup sebatas di wilayah teritorial suatu negara (Arianto, Ekstensifikasi Pajak dari Transaksi Perdagangan Online).

Pedagang perorangan dalam *e-commerce* dapat menjadi subjek pajak pribadi. Permasalahannya penyedia aplikasi *e-commerce* melindungi data para pedagang dan pembeli yang terdaftar dalam aplikasi. Hal ini menyulitkan dalam pendataan pajak. Melalui teknologi informasi, pajak dalam *e-commerce* dapat diestimasi. Hasil estimasi ini dapat menjadi dasar pemerintah khususnya Dirjen Pajak dalam mengambil kebijakan terkait teknis dan prosedur penerapan pajak *e-commerce*.

3 METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari salah satu aplikasi *E-commerce* yaitu OLX.com yang telah diagregasi berdasarkan wilayah kabupaten kota di pulau Jawa tahun 2016. Data agregasi jumlah transaksi dan *total sold item* per kabupaten/kota di Jawa diperoleh dari Pulse Lab melalui permintaan data secara resmi. Sebagai bentuk pelaporan, hasil penelitian ini nantinya akan dilaporkan ke Pulse Lab. Sedangkan untuk mendapatkan data jenis barang yang banyak dilihat dan harga per unit jenis barang/jasa diperoleh melalui *crawling* website OLX menggunakan *tools OLX Scraper in Python Scrapy*. Adapun beberapa item/jenis penjualan barang yang masuk dalam penelitian adalah :

- a. Mobil

- b. Motor
- c. Jual dan Sewa Apartemen
- d. HP dan telekom
- e. Konstruksi dan taman
- f. Elektronik Konsumen
- g. Dijual Rumah dan tanah
- h. Disewakan rumah dan tanah
- i. Properti
- j. Kantor dan Industri
- k. Elektronik dan Gadget
- l. Makanan dan Minuman
- m. Pakaian, sepatu, tas.

Alasan penelitian menggunakan data OLX dikarenakan ketersediaan data yang ada yang dibutuhkan untuk penelitian hanya tersedia data OLX tahun 2016. Jenis atau item barang yang menjadi sampel penelitian adalah hasil crawling data, bahwa umumnya ke-13 jenis barang diatas merupakan barang yang sering dilihat atau dicari oleh para konsumen, sehingga permintaan data kepada Pulse Lab sudah spesifik agregat jumlah transaksi dan *sold_item* berdasarkan ke-13 jenis barang tersebut.

Perlu dijelaskan bahwa, data yang diberikan oleh Pulsa Lab adalah data dalam bentuk agregasi total transaksi dan *sold_item* per kabupaten/kota di Jawa yang diperoleh dari penyaringan total nilai record yang diolah sebesar 3 GB. Data yang besar dan membutuhkan metode pengolahan yang khusus. Terdapat banyak jenis /karakteristik data yang perlu disaring untuk mendapatkan variabel yang diinginkan. Filtering dilakukan dengan menggunakan teknologi Big Data. Proses filtering tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Penelitian ini hanya menggunakan analisis deskriptif, menghitung dan melihat jumlah estimasi pajak per kabupate/kota yang dibandingkan dengan penerimaan pajak nasional pada tahun tertentu. Unit penelitian ada sebanyak 118 kabupaten/kota di pulau Jawa. Pulau Jawa dipilih sebagai objek penelitian karena jumlah transaksi terbanyak dan terlengkap untuk masing-masing kabupaten/kota adalah di Jawa. Oleh karena itu, wilayah kabupaten/kota di Jawa menjadi objek penelitian. Adapun daftar kabupaten/kota penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Unit Penelitian
Kabupaten/Kota

Bantul Kab.	Magetan Kab.	Sragen Kab.	Pekalongan Kota	Purwakarta Kab.
Kulon Progo Kab.	Sampang Kab.	Brebes Kab.	Magelang Kota	Cirebon Kab.
Sleman Kab.	Nganjuk Kab.	Grobogan Kab.	Tegal Kota	Sukabumi Kota
Yogyakarta Kota	Jombang Kab.	Pekalongan Kab.	Bandung Barat Kab.	Tasikmalaya Kota
Gunung Kidul Kab.	Malang Kab.	Semarang Kota	Bandung Kota	Indramayu Kab.
Mojokerto Kab.	Tulungagung Kab.	Klaten Kab.	Kuningan Kab.	Jakarta Pusat
Ngawi Kab.	Madiun Kota	Demak Kab.	Bekasi Kab.	Jakarta Selatan
Surabaya Kota	Sumenep Kab.	Sukoharjo Kab.	Banjar Kota	Jakarta Barat
Batu Kota	Jember Kab.	Pemalang Kab.	Ciamis Kab.	Jakarta Utara
Madiun Kab.	Kediri Kab.	Jepara Kab.	Cirebon Kota	Jakarta Timur
Ponorogo Kab.	Blitar Kota	Blora Kab.	Cianjur Kab.	Kepulauan Seribu

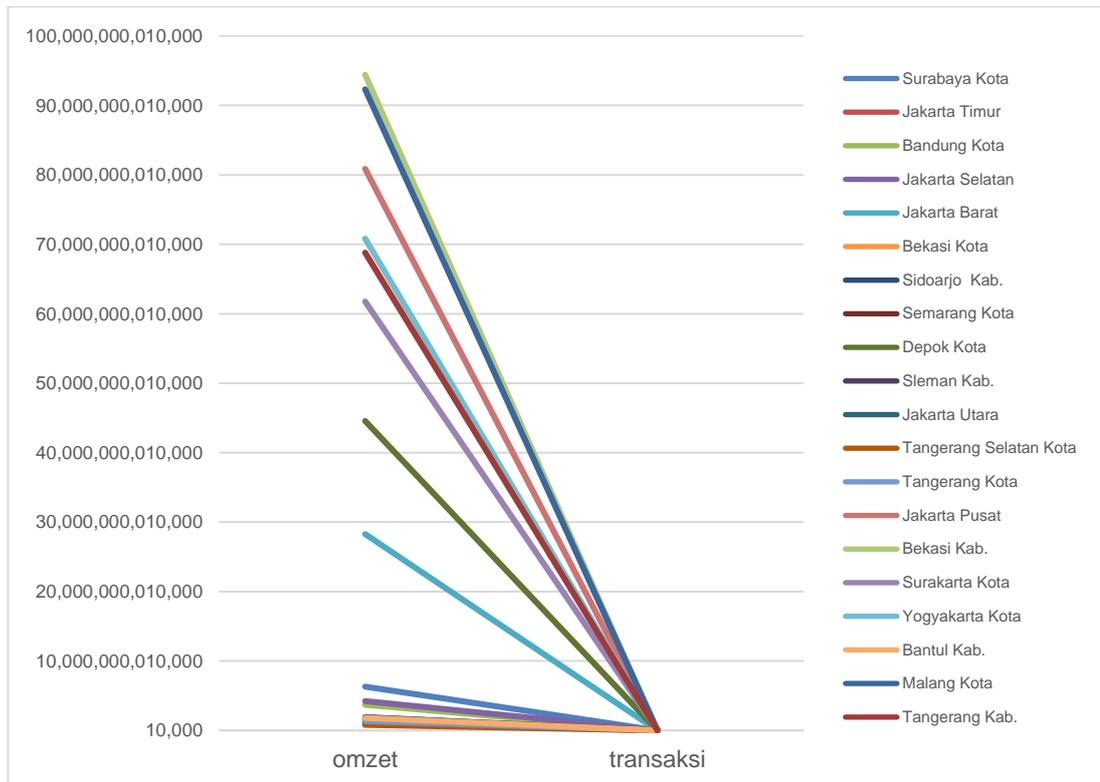
Bangkalan Kab.	Pamekasan Kab.	Surakarta Kota	Majalengka Kab.	Tangerang Kota
Blitar Kab.	Bojonegoro Kab.	Tegal Kab.	Karawang Kab.	Tangerang Selatan Kota
Sidoarjo Kab.	Trenggalek Kab.	Banjarnegara Kab.	Bogor Kota	Serang Kota
Pasuruan Kab.	Mojokerto Kota	Batang Kab.	Bandung Kab.	Cilegon Kota
Pasuruan Kota	Pacitan Kab.	Wonosobo Kab.	Depok Kota	Tangerang Kab.
Malang Kota	Lumajang Kab.	Kudus Kab.	Subang Kab.	Pendeglang Kab.
Gresik Kab.	Tuban Kab.	Semarang Kab.	Bekasi Kota	Serang Kab.
Kediri Kota	Magelang Kab.	Kebumen Kab.	Kerawang Kab.	Pandeglang Kab.
Bondowoso Kab.	Karanganyar Kab.	Rembang Kab.	Cimahi Kota	
Probolinggo Kota	Kendal Kab.	Temanggung Kab.	Bogor Kab.	
Banyuwangi Kab.	Purworejo Kab.	Purbalingga Kab.	Sumedang Kab.	
Lamongan Kab.	Pati Kab.	Banyumas Kab.	Tasikmalaya Kab.	
Situbondo Kab.	Boyolali Kab.	Salatiga Kota	Sukabumi Kab.	
Probolinggo Kab.	Wonogiri Kab.	Cilacap Kab.	Garut Kab.	

Metode penghitungan pajak yang digunakan adalah menggunakan pendekatan pajak penghasilan (PPh) usaha dengan besaran 1 atau 0,5 persen dari total omzet. Total omzet adalah jumlah barang/jasa yang terjual dikalikan dengan rata-rata harga barang/jasa tersebut. Rata-rata harga dianggap lebih mewakili persebaran harga/barang di wilayah kabupaten/kota tertentu, mengingat data harga per item barang/jasa yang terjual tidak diperoleh. Adapun rumus penghitungannya adalah sebagai berikut:

$$PPh = 0,5 \text{ atau } 1 \text{ persen} \times \text{Total Omzet per tahun}$$

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, data OLX dapat digunakan untuk mengestimasi penerimaan pajak. Variabel total omzet yang diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah transaksi dengan rata-rata harga. Berdasarkan penguraian data secara deskriptif, dapat dijelaskan bahwa semakin banyaknya transaksi suatu wilayah, belum tentu estimasi total omzet hasil penjualan semakin besar. Hal ini disebabkan harga per satuan produk sangat mempengaruhi total omzet yang diterima. Karakteristik barang yang dijual dalam OLX sangat berbeda range harganya sebagai contoh antara harga properti dengan makanan sangat jauh jaraknya. Hal inilah yang mengakibatkan beberapa wilayah kabupaten memiliki nilai omzet lebih tinggi daripada wilayah perkotaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4. Mengingat jumlah sampel yang banyak, maka pada gambar 4 hanya disajikan 20 wilayah kabupaten/kota yang menduduki jumlah transaksi dan omzet terbesar yang telah diurutkan secara menurun, untuk data selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4 pada lampiran.



Gambar 4. Total Omzet dan jumlah transaksi OLX.com menurut kabupaten/kota dengan omzet dan transaksi terbesar tahun 2016

Berdasarkan gambar 4 diatas, Kota Surabaya memiliki jumlah transaksi yang terbanyak, tetapi total omzetnya kecil apabila dibandingkan dengan Kabupaten Bekasi. Kabupaten Bekasi memiliki jumlah omzet tertinggi diantara 118 wilayah kabupaten/kota di pulau Jawa, meskipun jumlah transaksinya lebih sedikit apabila dibandingkan dengan kota Surabaya. Hal ini dapat dianalisis bahwa di Kota Surabaya jenis transaksi terbanyak didominasi oleh perdagangan motor, makanan, pakaian, tas, dan gadget. Sedangkan di Kabupaten Bekasi karakteristik perdagangan yang banyak terjadi adalah perdagangan jual atau sewa tanah dan rumah.

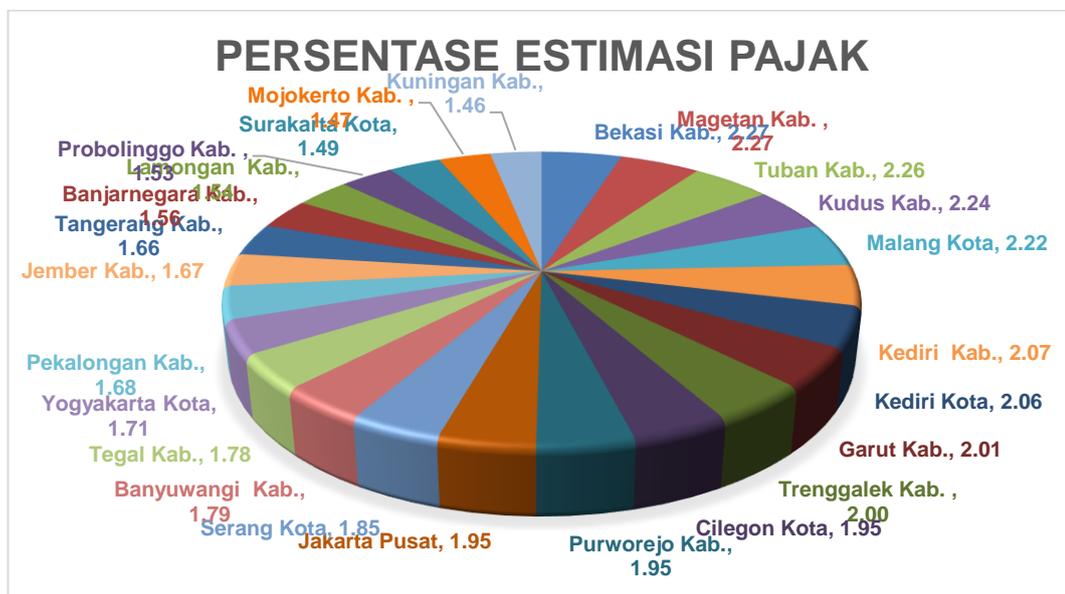
Besaran pajak UMKM yang diberlakukan sebelum keluarnya PP No. 23 Tahun 2018 adalah 1 %. Jumlah penerimaan Pajak Penghasilan 25 Orang Pribadi dan Badan tahun 2016 berdasarkan data yang bersumber LAKIN DJP 2016 adalah sebesar 177.286,79 Milyar (Keuangan, 2016). Berikut disajikan tabel simulasi estimasi kenaikan penerimaan pajak UMKM dengan data *E-commerce* (OLX) khusus pada wilayah Pulau Jawa.

Tabel 2 Simulasi Estimasi Kenaikan Penerimaan UMKM *E-commerce*

Keterangan	Nilai (Rupiah)	Persentase kenaikan pajak
Total Omzet <i>E-commerce</i> Pulau Jawa	4.153.096.002.292.080	
Total penerimaan PPh OP dan Badan 2016	177.286.790.000.000	
Tarif Pajak 1 %	41.530.960.022.920	23,43 %
Tarif Pajak 0,5%	20.765.480.011.460	11,71%

Berdasarkan tabel estimasi kenaikan pajak UMKM dengan adanya kegiatan perdagangan *E-commerce* (OLX), akan menambah penerimaan pajak penghasilan sebesar 23,43% pada tahun 2016. Kenaikan ini hanya bersumber dari data OLX saja, sedangkan saat ini sudah semakin banyak aplikasi *E-commerce* yang lebih banyak penggunaannya seperti tokopedia, bukalapak, Shopee, dll. Diestimasi apabila data ditambah dengan data aplikasi lain, maka kenaikan pajak akan lebih dari 35%. Akan tetapi dalam penelitian ini pengusaha yang telah memiliki NPWP dan telah melaporkan pajaknya belum dikeluarkan dari penelitian.

Potensi pajak UMKM *E-commerce* apabila dilihat dari distribusi wilayah kabupaten kota, Kabupaten Bekasi dan Magetan merupakan Kabupaten penyumbang pajak terbesar untuk perdagangan online yaitu sebesar 2.27%. Berikut grafik distribusi kontribusi pajak menurut wilayah kabupaten kota. Data persentase kontribusi pajak seluruh wilayah kabupaten kota Pulau Jawa dapat dilihat pada lampiran.



Gambar 5 Distribusi Kontribusi Pajak Perdagangan Online menurut Kabupaten Kota

Berdasarkan gambar diatas beberapa wilayah kabupaten merupakan penyumbang potensi pajak terbesar apabila dibandingkan dengan kota. Hal ini dapat diartikan kegiatan UMKM di Kabupaten tumbuh dengan baik. Sebagai contoh Kabupaten Tuban, Kudus, Kediri, Garut, Trenggalek memiliki potensi pajak sebesar lebih dari 2%.

Selain Pajak Penghasilan, *e-commerce* juga memiliki aspek Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi *e-commerce*. Berdasarkan hasil penelitian (Asima, 2018), aspek pajak Pertambahan Nilai (PPN) transaksi *e-commerce* adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Aspek Pajak Pertambahan Nilai *E-commerce*

No.	Model Transaksi	Proses Bisnis	Objek PPN	Dasar Pengenaan Pajak	Saat Terutang PPN
1.	<i>online Marketplace</i>	Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu	Penyerahan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain	<i>Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee, dan Subscription Fee.</i>	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat

	(Contoh Tokopedia.com, Rakuten.com dan Bukalapak.com.)				pemanfaatan
		Penjualan barang dan/atau jasa	Penyerahan BKP dan/atau JKP	Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.	Saat pembayaran
		Penyetoran hasil penjualan kepada <i>Online Marketplace Merchant</i> oleh <i>Penyelenggara Online Marketplace</i>	Penyerahan jasa perantara pembayaran	Penggantian, biaya <i>settlement</i> , dan <i>feepenggunaan</i> kartu kredit/kartu debit/ <i>internet banking</i> .	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan
2.	<i>Classified Ads</i> (Contoh : Tokobagus.com, Kaskus.co.id dan Berniaga.com)	Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu	Penyerahan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain (termasuk kemungkinan jasa tersebut diserahkan secara cuma cuma)	Penggantian dan <i>transaction fee</i> . Dalam hal JKP tersebut diserahkan secara cuma cuma, DPP-nya adalah Penggantian dikurangi laba kotor.	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan
3	<i>Daily Deals</i> (Contoh : Lakupon.com, Dealgoing.com dan Groupon Disdus)	Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu	Penyerahan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain	<i>Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee, dan Subscription Fee.</i>	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan
		Penjualan barang dan/atau jasa	Penyerahan BKP dan/atau JKP	Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.	Saat pembayaran
		Penyetoran hasil penjualan kepada <i>Daily Deals Merchant</i> oleh <i>Penyelenggara Daily Deals</i>	Penyerahan jasa perantara pembayaran	Penggantian, biaya <i>settlement</i> , dan <i>feepenggunaan</i> kartu kredit/kartu debit/ <i>internet banking</i> .	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan
4.	<i>Online Retail</i> (Contoh : Blibli.com dan Lazada.com)	Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu	Penyerahan BKP dan/atau JKP	Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.	Saat penyerahan, atau saat pembayaran

Berdasarkan surat edaran yang telah diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pajak yaitu Nomor: SE - 62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *e-commerce* menjelaskan beberapa klasifikasi pungutan perpajakan baik Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai untuk kegiatan *e-commerce*, antara lain:

A. Skema pajak transaksi *e-commerce* Online Market Place.

Berikut ini adalah rincian pemungutan Pajak Penghasilan Online Market place:

- 1) Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu
 - a. Objek Pajak
Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
 - b. Subjek Pajak
Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
 - c. Tarif
Penyelenggara Online Market place sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.
 - d. Pemotongan PPh
Apabila Online Market place Merchant sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
- 2) Penjualan Barang dan/atau Jasa
 - a. Objek Pajak
Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh.
 - b. Subjek Pajak
Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa.
 - c. Tarif
Pihak Online Market place Merchant sebagai penjual barang atau penyedia jasa dalam Online Market place yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.
 - d. Pemotongan PPh
Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong/pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan atau pemungutan PPh.
- 3) Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Online Market place Merchant oleh Penyelenggara Online Market Place
 - a. Objek Pajak
Penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
 - b. Subjek Pajak

- Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran.
- c. Tarif

Untuk pihak penyelenggara Online Market place sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.
 - d. Pemotongan PPh

Apabila Online Market place Merchant sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- B. Skema Pajak Pertambahan Nilai dalam beberapa transaksi Online Marketplace
- 1) Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu
 - a. Objek Pajak

Penyerahan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain.
 - b. Saat PPN Terutang

Saat Penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.
 - c. Dasar Pengenaan Pajak

Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara OM karena penyerahan JKP tersebut. Contoh : Penggantian, Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee, dan Subscription Fee.
 - 2) Penjualan Barang dan/atau Jasa
 - a. Objek Pajak

Penyerahan BKP dan/atau JKP.
 - b. Saat PPN Terutang

Saat Pembayaran .
 - c. Dasar Pengenaan Pajak

Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh OM Merchant karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut. Contoh : Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.
 - 3) Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Online Market place Merchant oleh Penyelenggara Online Market place.
 - a. Objek Pajak

Penyerahan jasa perantara pembayaran.
 - b. Saat PPN Terutang

Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.
 - c. Dasar Pengenaan Pajak

Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh penyelenggara OM karena penyerahan JKP tersebut. Contoh : Penggantian, biaya settlement, dan fee penggunaan kartu kredit/kartu debit/internet banking.
- C. Skema Perpajakan dalam transaksi *e-commerce* Classified Ads
- Berikut ini adalah skema Pajak Penghasilan dalam beberapa transaksi Classified Ads.
- 1) Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu

- a. Objek PPh
Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
 - b. Subjek Pajak
Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
 - c. Tarif
Untuk pihak penyelenggara Classified Ads sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.
 - d. Pemotongan PPh
Apabila pengiklan sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
- 2) Jenis Penyediaan Tempat dan/atau Waktu
- a. Objek PPN
Penyerahan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain (termasuk kemungkinan jasa tersebut diserahkan secara cuma-cuma).
 - b. Saat PPN Terutang
Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.
 - c. Dasar Pengenaan Pajak
Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara CA karena penyerahan JKP tersebut. Contoh: Penggantian dan transaction fee. Dalam hal JKP tersebut diserahkan secara cuma-cuma, DPP-nya adalah Penggantian dikurangi laba kotor.
- D. Skema Perpajakan *E-commerce* Transaksi *Daily Deals*.
Berikut adalah skema Pajak Penghasilan dalam transaksi *Daily Deals*:
- 1) Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu
- a. Objek Pajak
Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
 - b. Subjek Pajak
Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
 - c. Tarif
Untuk pihak Penyelenggara *Daily Deals* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.
 - d. Pemotongan Pajak
Apabila *Merchant Daily Deals* sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.

- 2) Penjualan Barang dan/atau Jasa
 - a. Objek PPh
Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh.
 - b. Subjek Pajak
Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa.
 - c. Tarif
Untuk *Merchant Daily Deals* sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan.
 - d. Pemotongan PPh
Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong/pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan/pemungutan PPh.
 - 3) Penyetoran Hail Penjualan Kepada *Daily Deals Merchant* oleh Penyelenggara *Daily Deals*
 - a. Objek Pajak
Penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
 - b. Subjek PPh
Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran.
 - c. Tarif
Untuk pihak Penyelenggara *Daily Deals* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.
 - d. Pemotongan PPh.
Apabila *Daily Deals Merchant* sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
- E. Skema Pajak Pertambahan Nilai dalam skema transaksi *Daily Deals*
- 1) Jasa Penyediaan Tempay dan/ atau Waktu
 - a. Objek Pajak
Penyerahan jasa penyediaan waktu dan/atau tempat dalam media lain.
 - b. Saat PPN Terutang
Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.
 - c. Dasar Pengenaan Pajak
Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara DD karena penyerahan JKP tersebut.
 - 2) Penjualan Barang dan/atau Jasa
 - a. Objek Pajak
Penyerahan BKP dan/atau JKP.
 - b. Saat PPN Terutang
Saat Pembayaran.
 - c. Dasar Pengenaan Pajak

Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh DD Merchant karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut. Contoh : Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.

- 3) Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Daily Deals Merchant Oleh Penyelenggara Daily Deals
 - a. Objek PPN
Penyerahan jasa perantara pembayaran.
 - b. Saat PPN Terutang
Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.
 - c. Dasar Pengenaan Pajak
Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara DD karena penyerahan JKP tersebut. Contoh: Penggantian, biaya settlement, dan fee penggunaan kartu kredit/kartu debit/*internet banking*.

F. Skema Perpajakan dalam beberapa transaksi *Online Retail*.

Berikut adalah skema Pajak Penghasilan dalam Transaksi *Online Retail*:

- 1) Penjualan Barang dan/atau Jasa
 - a. Objek PPh
Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh.
 - b. Subjek Pajak
Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa.
 - c. Tarif
Pihak penyelenggara *Online Retail* (sekaligus Merchant) sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17.
 - d. Pemotongan PPh
Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong/pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan/pemungutan PPh.

G. Skema Pajak Pertmbahan Nilai dalam transaksi *Online Retail*

- 1) Penjualan Barang dan/atau Jasa
 - a. Objek PPN
Penyerahan BKP dan/atau JKP
 - b. Saat terutang PPN
Saat penyerahan, atau saat pembayaran.
 - c. Dasar Pengenaan Pajak
Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara OR karena penyerahan BKP dan/atau JKP tersebut. Contoh :Harga Jual, Penggantian, dan/atau Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.

Begitu besar potensi pajak penghasilan pedagang dalam *e-commerce*. Untuk itu, diperlukan langkah teknis pemerintah untuk segera menerapkan pajak *e-commerce*. Tantangan dan kendala utama dalam penerapan pajak *e-commerce* adalah data

transaksi sulit dideteksi dan peraturan perpajakan yang masih berbasis konvensional.

5 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Data OLX dapat digunakan untuk mengestimasi potensi pajak *e-commerce*, meskipun memiliki keterbatasan seperti jenis barang/jasa yang diperjualbelikan belum seluruhnya mewakili keseluruhan produk jenis barang/jasa. Jenis barang/jasa yang diperjualbelikan lebih sedikit jenisnya dan *range* harga per satuan produk barang/jasa sangat besar. Hal ini menyebabkan *bias* pada beberapa wilayah kota yang terkenal ramai dan banyak penduduknya tidak menduduki urutan pertama penyumbang potensi pajak terbesar, sedangkan beberapa kabupaten yang tidak begitu ramai merupakan lumbung pajak yang besar. Untuk itulah, untuk dapat mengestimasi nilai potensi pajak *e-commerce* secara nasional, diperlukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan sumber data yang lain seperti data Bukalapak, Shopee, Blibli, dan sejenisnya.
2. Berdasarkan hasil penelitian, estimasi peningkatan penerimaan pajak penghasilan (PPh) OP dan Badan 2016 naik sebesar 11,7 % untuk pajak sebesar 0,5%. Beberapa kabupaten di pulau Jawa seperti Bekasi, Magetan, Tuban, Kudus, dan Malang merupakan wilayah dengan penyumbang potensi pajak terbesar, yaitu sekitar 2.27, 2.27, 2.26, 2.24, dan 2.22 persen. Sedangkan kabupaten Pasuruan merupakan penyumbang potensi pajak terkecil yaitu 0.0028%.

Perdagangan melalui media online/*E-commerce* merupakan sumber potensi penerimaan pajak yang besar, yang perlu digali dan diberlakukan untuk keadilan. Dengan beralihnya budaya belanja masyarakat ke media online, pemerintah harus memberlakukan kebijakan untuk menangkap perubahan sekaligus potensi tersebut. Peraturan Pemerintah yang diterbitkan merupakan langkah yang baik, yang kemudian harus disertai dengan kebijakan teknis lain untuk penerapan pada usaha *E-commerce*.

Data *E-commerce* memiliki karakter yang mudah untuk diukur, sehingga pemerintah dapat menerapkan kebijakan seperti pemberlakuan Kartu Identitas pelaku usaha *E-commerce* yang terintegrasi secara langsung dengan Dirjen Pajak. Hal ini sangat mungkin dilakukan, hanya saja membutuhkan pendekatan dan prosedur yang jelas. Diperlukan sosialisasi, bimbingan teknis penerapan pajak *e-commerce*, dan pemberlakuan kerjasama dengan *marketplaces*. Kementerian Keuangan harus berupaya menampung aspirasi segala pihak dan memahami perspektif dari pihak-pihak yang terlibat serta dari sisi pelaku *e-commerce*. Kementerian Keuangan juga harus berupaya mengomunikasikan poin-poin yang akan diatur dalam peraturan tersebut. Diharapkan pelaku *e-commerce* bisa merasakan banyak kemudahan berusaha dari paket kebijakan tersebut, seperti pemotongan tarif pajak PPh bagi UMKM, memberikan pendampingan dan pelatihan usaha bagi UMKM yang *go-online*, mempermudah perizinan usaha start-up *e-commerce*, dan KUR khusus start-up *e-commerce*.

6 IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini terbatas pada data yang digunakan dan validasi data. Akan tetapi, melihat karakteristik dan jumlah pengguna internet di Indonesia, maka potensi pajak *E-commerce* pada dasarnya lebih besar dari perkiraan penelitian ini. Penelitian ini dapat menjadi *entry point* dasar untuk memberlakukan pajak *E-commerce*. Diperlukan prosedur yang jelas dan kesiapan pemerintah khususnya Direktorat Jenderal Pajak sebagai penanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, D. (2017, Juli 18). *tirto.id*. Diambil kembali dari delapan strategi kemenkeu tingkatkan penerimaan pajak: <https://tirto.id/delapan-strategi-menkeu-tingkatkan-penerimaan-pajak-csXZ>
- APJII. (2017). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: www.teknopreneur.com.
- Arianto, N. (t.thn.). Diambil kembali dari <https://www.kemenkeu.go.id/media/4482/ekstensifikasi-pajak-dari-transaksi-online.pdf>
- Arianto, N. (t.thn.). *Ekstensifikasi Pajak dari Transaksi Perdagangan Online*. Diambil kembali dari <https://www.kemenkeu.go.id/media/4482/ekstensifikasi-pajak-dari-transaksi-online.pdf>
- Asima, A. D. (2018, 08 32). *E-commerce :Potensi dan Tantangan*. Diambil kembali dari Vokasi Universitas Indonesia: <http://pajak.vokasi.ui.ac.id/e-commerce-potensi-dan-tantangan/>
- Hayyu, P. (2018). *Kesetaraan Pajak Bagi Pelapak*. Jakarta: Media Keuangan.
- Karmawan, I. (2010). Analisis dan Perancangan *E-commerce* PD. Garuda Jaya. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI 2010)*.
- Keuangan, K. (2016). *Laporan Kinerja 2016*. Direktorat Jenderal Pajak.
- Kiswara, A. S. (2011). Penggunaan Aplikasi Pajak: Integrasi Theory of Planned Behavior dan Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Universitas Diponegoro*.
- Laney, D. (t.thn.). *IT Glossary : Big Data*. Dipetik Agustus 05, 2018, dari Gartner: <https://www.gartner.com/it-glossary/big-data>
- Makalalag, L. (2016). Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (*E-commerce*). *Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion*.
- Sari, R. P. (2018). Kebijakan Perpajakan atas transaksi *e-commerce*. *Akuntabel : Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 67-71.
- Tibahary, A. R. (2016). Analisis Yuridis Terhadap Laporan Pajak Terutang Atas Transaksi *e-commerce* dalam rangka mewujudkan kepastian hukum. *Jurnal Ilmu Hukum*.
- Tjahjono, A., & Husein, M. F. (2005). *Perpajakan*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

LAMPIRAN

Tabel 4 Persentase estimasi kontribusi pajak *E-commerce* menurut kabupaten/kota Pulau Jawa Tahun 2016

Kab/Kota	% Pajak	Kab/Kota	% Pajak	Kab/Kota	% Pajak	Kab/Kota	% Pajak	Kab/Kota	% Pajak
Bekasi Kab.	2,27	Batu Kota	1,45	Pati Kab.	0,85	Blitar Kota	0,45	Pacitan Kab.	0,07
Magetan Kab.	2,27	Pasuruan Kota	1,44	Blitar Kab.	0,84	Purbalingga Kab.	0,43	Sidoarjo Kab.	0,05
Tuban Kab.	2,26	Blora Kab.	1,42	Cilacap Kab.	0,83	Ponorogo Kab.	0,40	Jakarta Utara	0,04
Kudus Kab.	2,24	Pemalang Kab.	1,42	Gunung Kidul Kab.	0,83	Kulon Progo Kab.	0,39	Bantul Kab.	0,04
Malang Kota	2,22	Temanggung Kab.	1,40	Sukoharjo Kab.	0,82	Madiun Kab.	0,38	Jakarta Timur	0,04
Kediri Kab.	2,07	Madiun Kota	1,37	Bojonegoro Kab.	0,81	Lebak Kab.	0,36	Sleman Kab.	0,04
Kediri Kota	2,06	Grobogan Kab.	1,36	Bangsalan Kab.	0,81	Demak Kab.	0,33	Bekasi Kota	0,04
Garut Kab.	2,01	Bondowoso Kab.	1,32	Kebumen Kab.	0,79	Lumajang Kab.	0,31	Tangerang Kota	0,03
Trenggalek Kab.	2,00	Bogor Kota	1,29	Magelang Kab.	0,78	Kendal Kab.	0,31	Semarang Kota	0,03
Cilegon Kota	1,95	Karanganyar Kab.	1,26	Mojokerto Kota	0,78	Cimahi Kota	0,31	Sumenep Kab.	0,02
Purworejo Kab.	1,95	Klaten Kab.	1,26	Banyumas Kab.	0,77	Tegal Kota	0,30	Tangerang Selatan Kota	0,02
Jakarta Pusat	1,95	Salatiga Kota	1,24	Sragen Kab.	0,74	Malang Kab.	0,30	Pamekasan Kab.	0,02
Serang Kota	1,85	Wonosobo Kab.	1,12	Sampang Kab.	0,73	Cianjur Kab.	0,25	Bandung Barat Kab.	0,01
Banyuwangi Kab.	1,79	Nganjuk Kab.	1,09	Magelang Kota	0,71	Wonogiri Kab.	0,25	Bandung Kab.	0,01
Tegal Kab.	1,78	Batang Kab.	1,09	Banjar Kota	0,71	Ngawi Kab.	0,25	Boyolali Kab.	0,01
Yogyakarta Kota	1,71	Depok Kota	1,07	Jakarta Barat	0,68	Probolinggo Kota	0,24	Bogor Kab.	0,01
Pekalongan Kab.	1,68	Brebes Kab.	1,05	Karawang Kab.	0,63	Indramayu Kab.	0,24	Jombang Kab.	0,01
Jember Kab.	1,67	Jepara Kab.	1,05	Subang Kab.	0,57	Pandeglang Kab.	0,18	Cirebon Kota	0,00
Tangerang Kab.	1,66	Tasikmalaya Kota	1,05	Situbondo Kab.	0,54	Ciamis Kab.	0,18	Pasuruan Kab.	0,00
Banjarnegara Kab.	1,56	Semarang Kab.	0,94	Pekalongan Kota	0,52	Kepulauan Seribu	0,18		
Lamongan Kab.	1,54	Tasikmalaya Kab.	0,94	Sukabumi Kota	0,51	Surabaya Kota	0,15		
Probolinggo Kab.	1,53	Tulungagung Kab.	0,91	Purwakarta Kab.	0,51	Majalengka Kab.	0,15		
Surakarta Kota	1,49	Sukabumi Kab.	0,90	Gresik Kab.	0,50	Pandeglang Kab.	0,11		
Mojokerto Kab.	1,47	Cirebon Kab.	0,89	Sumedang Kab.	0,49	Jakarta Selatan	0,10		
Kuningan Kab.	1,46	Rembang Kab.	0,89	Serang Kab.	0,45	Bandung Kota	0,09		