

TRANSAKSI E-COMMERCE SEBAGAI POTENSI PENERIMAAN PAJAK DI INDONESIA

Eviera Maharani Utomo
Universitas Negeri Surabaya
eviera.maharani@gmail.com

Abstract

Indonesia's tax revenue in 2012 is still under the budget. The increase of the number of taxpayers each year is still not able to cover the deficit. E-commerce, which the amounts are increasing each year, can be one right solution to resolve the issue. One of the factors that could affect e-commerce is Indonesia internet user which also increases every year. Unfortunately, Directorate General of Taxes still has not decided the perfect regulations for e-commerce transaction in Indonesia. Indonesia needs to define which transactions should be taxed. This research aims to know the potential tax revenue from e-commerce transaction in Indonesia, especially income taxes and Value Added Taxes (VAT).

Key words: *tax, e-commerce, income taxes, Value Added Taxes (VAT)*

PENDAHULUAN

Penemuan internet merupakan sebuah penemuan yang berdampak besar bagi masyarakat. Manfaat dari adanya internet kini tak hanya dirasakan oleh masyarakat di bidang teknologi dan informasi saja, namun berjuta-juta orang dari seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia juga turut merasakan manfaat tersebut. Salah satu bidang yang mendapat manfaat secara langsung dari adanya internet adalah perekonomian.

Saat ini makin banyak kegiatan perekonomian yang dilakukan dengan media internet. Jika transaksi perdagangan tradisional harus dilakukan secara

langsung dengan tatap muka, namun dengan adanya internet, semua keterbatasan jarak dan waktu dapat teratasi dengan mudah. Menurut Rao (2000), berbagai kemudahan, seperti kemudahan *order* melalui *desktop*, kemudahan dalam mengetahui ketersediaan produk, cepatnya proses jual-beli, inilah yang pada akhirnya membawa internet sebagai suatu media yang digemari untuk melakukan suatu bisnis atau kegiatan perdagangan.

Perdagangan elektronik dengan media internet, atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce*, didefinisikan sebagai transaksi pembelian dan penjualan barang dan jasa secara fisik menggunakan peralatan komunikasi elektronik, seperti telepon, komputer pribadi, *online kiosk*, *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 (Mustika, 2008). Secara singkat, *e-commerce* adalah cara untuk melakukan transaksi bisnis dengan menggunakan komputer dan jaringan telekomunikasi (Albarda, 1998, dalam Mustika, 2008).

Pada awalnya, perdagangan elektronik, atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce*, dilakukan dalam transaksi-transaksi bisnis antar perusahaan besar, antar perbankan, serta institusi lainnya. Namun, pada perkembangannya, fokus perdagangan elektronik dengan media internet bergeser mendekati konsumen-konsumen individual. Tekanan komunitas bisnis saat ini mulai melibatkan konsumen individual dalam perdagangan elektronik. Pada akhirnya, saat ini tak hanya perusahaan berskala besar saja yang menjumpai kenyataan bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan dari semakin rendahnya biaya perdagangan

elektronik lewat internet, namun perusahaan-perusahaan berskala kecil juga (Nugroho, 2006).

Jumlah omset dari perdagangan elektronik di seluruh dunia diperkirakan akan meningkat hingga 19% menjadi sebesar 680 milyar dollar pada tahun 2011, dan menjadi sebesar 963 milyar dollar pada tahun 2011 (Rao, 2011), dimana transaksi *e-commerce* di beberapa negara di Asia, seperti China, Indonesia, dan India, diprediksi akan semakin berkembang pada tahun 2013 (Freddrikson, 2013). Menurut Harian Surabaya Post (2013), di Indonesia, omset perdagangan elektronik mencapai 260 juta dollar AS atau sekitar 2,7 trilyun rupiah pada tahun 2012 dengan jumlah pengguna internet sekitar 55 juta orang. di tahun 2013 diprediksi omset perdagangan elektronik di Indonesia akan mencapai 479 juta dollar AS atau sekitar 4,4 trilyun rupiah dan di tahun 2014 diprediksi akan lebih meningkat hingga 770 juta dollar AS atau sekitar 7,2 trilyun rupiah. Diperkirakan, jumlah omset perdagangan elektronik ini akan terus meningkat, seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia yang berkisar pada jumlah 149 milyar orang pada tahun 2015 (Utoyo dan Ramda, 2012).

Meningkatnya jumlah pengguna internet yang berdampak pada meningkatnya omset perdagangan elektronik ini nyatanya menimbulkan beberapa masalah dalam bidang keuangan, salah satunya adalah pajak penjualan internet (Rao, 2011). Adanya perdagangan elektronik yang tidak mengenal batas geografis tentunya juga menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana peraturan perpajakan dalam mengantisipasi adanya penghasilan dari transaksi *e-commerce*. Tanpa adanya regulasi perpajakan yang tepat atas transaksi *e-commerce*, potensi penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* dapat menjadi hilang. Padahal

potensi penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* sangatlah besar mengingat banyaknya transaksi *e-commerce* yang terjadi. Di Indonesia, banyaknya omset transaksi *e-commerce* juga menimbulkan potensi penerimaan pajak yang hilang (*potential loss*) akibat masih belum adanya regulasi yang tepat untuk transaksi ini. Seperti yang dilansir Harian Surabaya Post (2013), diperkirakan jumlah potensi penerimaan pajak yang hilang adalah sekitar 440 milyar rupiah pada tahun 2013, dengan asumsi pajak yang dikenakan adalah sama dengan toko konvensional dan diasumsikan sekitar 10% dari omset perdagangan elektronik.

Amerika Serikat, Hongkong, Kanada, Inggris, India, Meksiko, dan beberapa negara lain telah memiliki regulasi perpajakan yang tegas terkait dengan transaksi *e-commerce* (Cockfield, 2006). Menurut Harian Seputar Indonesia (2010), Indonesia sendiri masih mengkaji transaksi ini lebih lanjut, karena sumber daya manusia (SDM) dan teknologi informasi (TI) yang dimiliki oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Indonesia untuk mengimplementasikan regulasi ini juga masih terbatas. Berkenaan dengan hal ini, penulis bertujuan untuk mengetahui potensi penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* di Indonesia.

PEMBAHASAN

Perpajakan di Indonesia

Pajak adalah suatu iuran rakyat kepada negara yang diharuskan oleh undang-undang yang imbal jasanya tidak dapat diterima oleh masyarakat secara langsung. Menurut Soemitro (1977), pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya

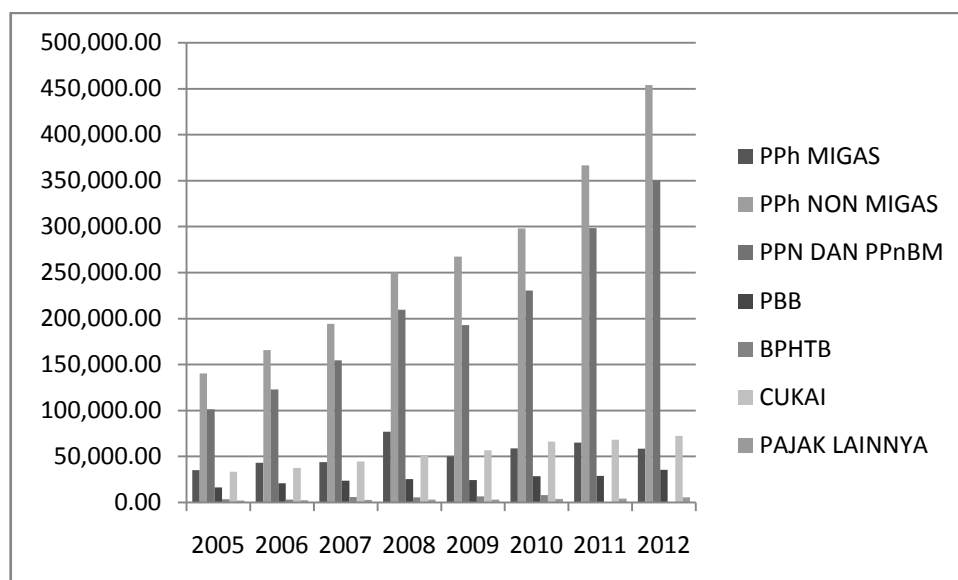
digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*.

Suandy (2011) menjelaskan, terdapat dua fungsi pajak, antara lain (1) fungsi finansial (*budgeter*), yaitu memasukkan uang sebanyak-banyaknya ke kas negara, dengan tujuan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara; dan (2) fungsi mengatur (*regulerend*) yaitu pajak digunakan sebagai alat untuk mengatur masyarakat baik di bidang ekonomi, sosial, maupun politik dengan tujuan tertentu.

Menurut mekanisme pemungutannya, pajak dibagi menjadi dua, yaitu pajak langsung dan pajak tidak langsung. Pajak langsung adalah pajak yang beban pajaknya tidak dapat dialihkan ke pihak lain, contohnya adalah pajak penghasilan, pajak bumi dan bangunan, dan lain sebagainya, sedangkan pajak tidak langsung adalah pajak yang beban pajaknya dapat dialihkan ke pihak lain, contohnya adalah pajak pertambahan nilai, pajak bea balik nama kendaraan bermotor, dan lain sebagainya (Suandy, 2011).

Pajak di Indonesia menganut *self assessment system*, dimana wajib pajak (WP) diberi kepercayaan dan tanggung jawab untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan secara teratur kewajiban perpajakannya kepada kantor pelayanan pajak atau KPP (Sultoni, 2013). Selain itu, berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah dirubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008, khususnya yang mengatur mengenai subjek dan objek pajak, Indonesia menganut asas sumber dan domisili sebagai sistem perpajakannya.

Berdasarkan data Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2012), penerimaan terbesar di Indonesia berasal dari pajak. Penerimaan atas pajak melebihi penerimaan atas hasil bumi di Indonesia. Penerimaan pajak di Indonesia dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu PPh Migas, PPh non migas, PPN dan PPnBM, PBB, BPHTB, cukai, dan pajak lainnya. Menurut Direktorat Jenderal Pajak atau DJP (2012), setiap tahunnya penerimaan negara atas pajak-pajak yang telah disebutkan di atas selalu meningkat, seperti yang dapat dilihat pada grafik penerimaan pajak Indonesia tahun 2005-2011 di bawah ini.



Gambar 1. Grafik Penerimaan Pajak 2005-2012

Sumber: Direktorat Jenderal Pajak

Dapat dilihat juga pada grafik di atas, penerimaan pajak yang paling tinggi adalah penerimaan dari sektor PPh non migas. Yang dimaksud PPh non migas disini adalah pajak penghasilan. Hal ini tentunya linier dengan jumlah wajib pajak yang tiap tahun selalu bertambah, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah Wajib Pajak 2005-2010

Wajib Pajak	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Orang Pribadi	2.959.006	3.251.753	5.431.689	8.807.666	13.861.253	16.880.649
Bendaharawan	274.478	327.258	360.782	392.509	441.986	471.833
Badan	1.124.530	1.226.279	1.344.552	1.481.924	1.608.337	1.760.108
Total	4.358.014	4.805.290	7.137.023	10.682.099	15.911.576	19.112.590

Sumber: Kementerian Keuangan Republik Indonesia

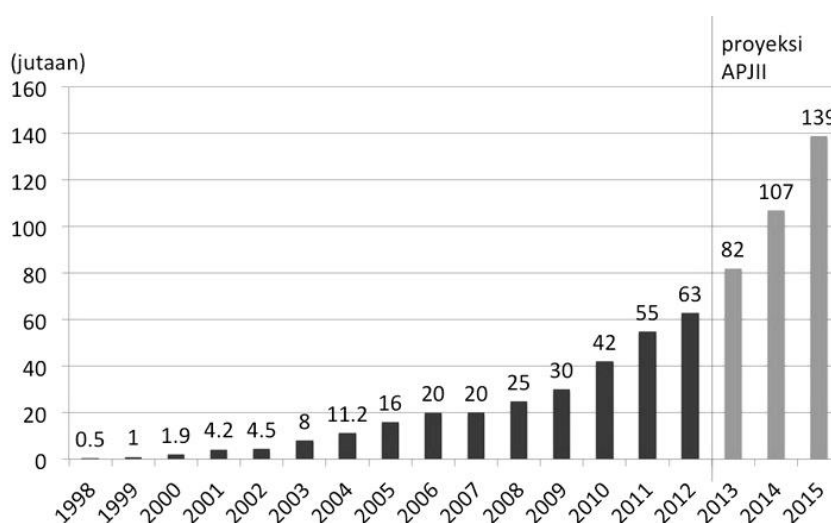
E-commerce

E-commerce atau perdagangan elektronik, dalam arti luas, berarti transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan, menggunakan komputer, dan telekomunikasi, atau dengan kata lain, *e-commerce* mengacu pada pertukaran barang atau jasa untuk nilai di internet. Beberapa aktivitas yang termasuk di dalamnya antara lain, belanja *online*, transfer dana elektronik, *Electronic Data Interchange* (EDI), dan *online trading* instrumen keuangan. Sedangkan definisi *e-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Laudon and Laudon, 1998, dalam Asih, 2011).

Lima klasifikasi *e-commerce* menurut India (2012), yaitu (1) *Business to Customers* atau B2C; (2) *Business to Business* atau B2B; (3) *Government to Customers* atau G2C; (4) *Government to Business* atau G2B; dan (5) *Customers to Customers* atau C2C, dimana *e-commerce* biasanya banyak digunakan oleh B2B dan B2C.

E-commerce di Indonesia

Indonesia saat ini memiliki 248 juta penduduk, dengan total pengguna internet di Indonesia yang mencapai 55 juta pada tahun 2011. Jumlah pengguna internet ini diperkirakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII akan semakin meningkat hingga mencapai 139 juta pengguna pada tahun 2015, seperti yang dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Gambar 2. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 1998-2015

Sumber: APJII

Hasil survei yang dilakukan oleh Utoyo dan Ramda (2012), 63% pengguna internet di Indonesia menggunakan internet di rumah dan sebanyak 71% pengguna internet tersebut menggunakan komputer maupun laptop untuk mengakses internet. Pengguna internet yang disurvei kebanyakan menggunakan internet untuk *searching* dan jejaring sosial, dan kebanyakan pengusaha dan pebisnis di Indonesia terhubung melalui jejaring sosial dan iklan *online* ketika memasarkan produknya.

Untuk transaksi jual beli *online*, barang-barang *fashion* adalah barang yang paling diminati, diikuti oleh *booking* tiket biro perjalanan dan penjualan lagu, video, dan permainan, dimana kebanyakan pengusaha menggunakan *facebook* dan *twitter* dalam memasarkan produknya. Cara pembayaran yang paling populer adalah dengan menggunakan transfer menggunakan ATM sebesar 70%, diikuti dengan menggunakan klik BCA sebesar 41%, kartu kredit sebesar 30%, dan pembayaran tunai sebesar 24%, dimana konsumen menghabiskan sekitar 100 ribu hingga 500 ribu rupiah untuk sekali transaksi (Utoyo dan Ramda, 2012).

Harian Surabaya Post (2013) menyatakan jumlah proyeksi pengguna internet diharapkan mencapai 139 juta pengguna di tahun 2013, dan diharapkan omset perdagangan elektronik juga semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2012, omset perdagangan elektronik di Indonesia diperkirakan akan mencapai 2,4 trilyun rupiah, diperkirakan mencapai 4,4 trilyun rupiah pada tahun 2013, dan diproyeksikan akan mencapai 7,2 trilyun rupiah pada tahun 2014.

Transaksi *E-commerce* sebagai Potensi Penerimaan Pajak di Indonesia

Meningkatnya pendapatan pajak tiap tahun nampaknya masih belum sesuai dengan target APBN yang diusulkan oleh pemerintah. Menurut Harian Surabaya Post (2013), realisasi penerimaan pajak pada tahun 2012 hanya mencapai 980,1 trilyun rupiah atau 3,6% di bawah target sebesar 1.016,2 trilyun rupiah. Di lingkup Asia, Indonesia pun termasuk negara yang pendapatan pajaknya paling rendah apabila dibandingkan dengan jumlah penduduknya, dengan rasio hanya 12,8%. Padahal, seperti yang dikemukakan Sulandoko dalam APJII (2013), kelas menengah tumbuh begitu pesat mencapai 60 juta orang,

namun, jumlah NPWP pribadi hanya sebanyak 23 juta orang lebih, dan jumlah NPWP badan hanya sekitar 500 ribu (APJII, 2013). Dari fakta-fakta di atas, DJP mulai mengamati adanya transaksi jual beli *online* atau *e-commerce* yang sedang marak di Indonesia. DJP merasa masih banyak transaksi *e-commerce* yang belum dipungut pajaknya karena belum ada sistem pajak yang mengikat. Di sisi lain, DJP masih merasa kesulitan dalam memungut pajak atas transaksi *e-commerce* karena jenis usaha dan kepemilikannya yang masih belum jelas, dan apakah pedagang *online* sudah termasuk kategori WP yang kena pajak atau belum.

DJP telah melakukan kunjungan ke APJII untuk mendiskusikan mengenai transaksi *e-commerce*. APJII menyarankan agar DJP dapat memudahkan melakukan pengenaan pajak dalam transaksi *online*, dengan cara mengadakan *national payment gateway*. Sampai saat ini memang masih belum ada *payment gateway* yang resmi baik yang diadakan oleh pihak swasta atau pemerintah. Indonesia masih memanfaatkan *payment gateway* internasional. *Payment gateway* adalah suatu pembayaran *online*. Beberapa *payment gateway* telah tersedia di Indonesia, seperti Veritrans dan DOKU, namun *payment gateway* ini masih belum terintegrasi dan terhubung dengan pengenaan pajak untuk transaksi *e-commerce* (APJII, 2013).

APJII (2013) juga mempertimbangkan bahwa DJP juga perlu untuk mempertimbangkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik. Dalam Undang-Undang ini, dibahas pengaturan mengenai informasi dan transaksi elektronik serta pengaturan mengenai perbuatan yang dilarang dalam informasi dan transaksi elektronik.

DJP juga perlu untuk mempertimbangkan kebijakan pajak internasional dan *cyber law*. Kebijakan pajak internasional mengenai transaksi *e-commerce* diatur dalam OECD. OECD adalah sebuah organisasi internasional yang memiliki misi untuk meningkatkan kebijakan yang akan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan sosial masyarakat di seluruh dunia. Selain merekomendasikan kebijakan-kebijakan yang dirancang untuk membuat kehidupan masyarakat lebih baik, organisasi yang dibentuk pada tahun 1961 dan beranggotakan 34 negara ini juga turut bekerja sama dengan pihak pemerintah di seluruh dunia untuk menetapkan standar internasional. Salah satu kebijakan internasional yang telah dibuat oleh OECD adalah kebijakan mengenai pajak untuk transaksi *e-commerce*.

OECD (2000) dalam Sakti (2007) menyatakan terdapat lima prinsip perpajakan yang diajukan untuk regulasi transaksi *e-commerce* dalam laporan yang dibuat oleh *Committee on Fiscal Affairs* meliputi (1) Kenetralan, ketentuan perpajakan harus bersifat netral untuk seluruh bentuk perdagangan, baik elektronik maupun tradisional; (2) Efisiensi, adanya biaya seperti biaya kepatuhan untuk wajib pajak dan biaya administrasi untuk Dirjen Pajak harus benar-benar diminimalkan; (3) Kepastian dan kesederhanaan, peraturan perpajakan harus jelas dan mudah dimengerti sehingga wajib pajak mengetahui pengenaan pajak ketika transaksi dilakukan; (4) Efektivitas dan keadilan, perhitungan pajak harus benar-benar tepat pada saat yang tepat; (5) Fleksibel, sistem perpajakan harus fleksibel dan dinamis untuk memastikan bahwa sistem dapat mengikuti perkembangan teknologi dan perdagangan. Lima hal tersebut dapat dipertimbangkan jika DJP ingin melakukan pungutan pajak terhadap transaksi *e-commerce*.

Hal-hal lain yang perlu dipertimbangkan oleh DJP adalah regulasi OECD dan implikasinya pada Pajak Penghasilan (PPh) maupun Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Tinjauan atas Pajak Penghasilan

Subjek Pajak akan dikenakan pajak apabila menerima atau memperoleh penghasilan. Dasar hukum Pajak Penghasilan adalah Undang-Undang No. 7 tahun 1984 tentang Pajak Penghasilan (PPh) sebagaimana telah dirubah dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008. Undang-Undang ini mengatur pengenaan pajak terhadap subjek pajak berkenaan dengan penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak (Mardiasmo, 2011).

Mardiasmo (2011), lebih lanjut, mengatakan bahwa terdapat tiga asas pemungutan pajak, yaitu (1) asas domisili atau asas tempat tinggal, dimana negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan wajib pajak yang bertempat tinggal di wilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun luar negeri, dan asas ini berlaku untuk wajib pajak dalam negeri; (2) asas sumber, dimana negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal wajib pajak; (3) asas kebangsaan, dimana pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu negara.

Negara-negara OECD telah sepakat bahwa pemungutan pajak penghasilan atas transaksi *e-commerce* yang memiliki BUT akan menggunakan asas sumber, jika tidak memiliki BUT maka akan digunakan asas domisili (Fletshcer, 2000). Definisi BUT menurut Pasal 2 ayat 5 UU PPh yaitu

Bentuk usaha tetap adalah bentuk usaha yang dipergunakan oleh orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia tidak lebih dari 183 (seratus delapan puluh tiga) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, dan badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia untuk menjalankan usaha atau melakukan kegiatan di Indonesia, yang dapat berupa: (a) tempat kedudukan manajemen; (b) cabang perusahaan; (c) kantor perwakilan; (d) gedung kantor; (e) pabrik; (f) bengkel; (g) gudang; (h) ruang untuk promosi dan penjualan; (i) pertambangan dan penggalian sumber alam; (j) wilayah kerja pertambangan minyak dan gas bumi; (k) perikanan, peternakan, pertanian, perkebunan, atau kehutanan; (l) proyek konstruksi, instalasi, atau proyek perakitan; (m) pemberian jasa dalam bentuk apa pun oleh pegawai atau orang lain, sepanjang dilakukan lebih dari 60 (enam puluh) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan; (n) orang atau badan yang bertindak selaku agen yang kedudukannya tidak bebas; (o) agen atau pegawai dari perusahaan asuransi yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia yang menerima premi asuransi atau menanggung resiko di Indonesia; dan (p) komputer, agen elektronik, atau peralatan otomatis yang dimiliki, disewa, atau digunakan oleh penyelenggara transaksi elektronik untuk menjalankan kegiatan usaha melalui internet.

Implikasi pajak untuk *e-commerce* akan timbul apabila penyewa atas *space* di *Internet Service Provider* atau penyedia jasa internet adalah perusahaan yang berdomisili di luar negeri (Budilaksono, 2011). Hadirnya perusahaan luar negeri melalui sebuah situs web menimbulkan pertanyaan apakah perusahaan tersebut merupakan BUT. Sesuai dengan Pasal 2 ayat 5 UU PPh, kegiatan tersebut tidak menimbulkan BUT. Apabila kegiatan tersebut memberikan jasa melalui *website*-nya, maka perusahaan dapat dikenakan PPh Pasal 26, dengan asumsi bahwa perusahaan tersebut tidak memiliki Perjanjian Pajak Berganda dengan Indonesia (P3B). Apabila perusahaan memiliki sebuah *server*, lebih lanjut, maka *server* tersebut akan menimbulkan BUT dengan syarat *server* tersebut memiliki lokasi yang tetap dan pasti, sehingga dapat dikenakan Pajak Penghasilan (OECD, 2000 dalam Budilaksono, 2011).

Budilaksono (2011) menambahkan bahwa semua transaksi yang terkait dengan persiapan untuk mengoperasikan *website*, dimana *server* dimiliki oleh wajib pajak luar negeri, perlakuannya akan sama dengan yang telah dijelaskan di atas. Semisal salah satu penyewa *website*, yang merupakan wajib pajak luar negeri, menggunakan *website* tersebut untuk menyimpan informasi tertentu, yang kemudian ditawarkan ke pihak ketiga, sehingga pihak ketiga menjadi pelanggannya, dan pelanggan tersebut membayar iuran untuk mengakses informasi yang dimaksud, akan dimasukkan dalam kategori royalti sesuai dengan penjelasan Pasal 4 ayat (1) huruf h UU PPh. Sehingga apabila pelanggannya wajib pajak Indonesia, maka penyewa *website* harus dipotong PPh Pasal 26.

Tinjauan atas Pajak Pertambahan Nilai

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan terhadap penyerahan atas impor Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak yang dilakukan oleh Pengusaha Kena Pajak, dan dapat dikenakan berkali-kali setiap ada pertambahan nilai dan dapat dikreditkan. Dasar hukum PPN adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai dan atau Penjualan atas Barang Mewah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 42 Tahun 2009.

Seperti yang tertera dalam Pasal 11 Ayat 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1983 sebagaimana yang telah diubah dalam Undang-Undang No. 42 Tahun 2009, terutangnya pajak terjadi pada saat (a) penyerahan Barang Kena Pajak; (b) impor Barang Kena Pajak; (c) penyerahan Jasa Kena Pajak; (d) pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari Luar Daerah Pabean; (e) pemanfaatan Jasa Kena

Pajak dari Luar Daerah Pabean; (f) ekspor Barang Kena Pajak Berwujud; (g) ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud; dan (h) ekspor Jasa Kena Pajak.

Tempat terutang Pajak Pertambahan Nilai menurut Pasal 12 Undang-Undang No. 42 Tahun 2009 yaitu

“(1) Pengusaha Kena Pajak terutang pajak di tempat tinggal atau tempat kedudukan dan tempat kegiatan usaha dilakukan atau tempat lain yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pajak. (2) Atas pemberitahuan secara tertulis dari Pengusaha Kena Pajak, Direktur Jenderal Pajak dapat menetapkan satu tempat atau lebih sebagai tempat pajak terutang. (3) Dalam hal impor, terutangnya pajak terjadi di tempat Barang Kena Pajak dimasukkan. Pemungutannya dilakukan oleh Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (4) Orang pribadi atau badan yang memanfaatkan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak yang berasal dari luar daerah Pabean di dalam daerah Pabean, terutang pajak di tempat tinggal atau tempat kedudukan dan/atau tempat kegiatan usaha.”

Hal tersebut senada dengan OECD yang merekomendasikan tempat terutang dari PPN, yaitu dimana konsumsi atas barang/jasa terjadi, dalam pasal 1 dari empat model perpajakan untuk transaksi *e-commerce* (OECD, 1998 dalam Fletscher, 2000), yaitu (1) Perpajakan atas perdagangan lintas batas harus di bawah yurisdiksi dimana konsumsi dilakukan.

Budilaksono (2011) menambahkan lebih lanjut terdapat dua macam transaksi *e-commerce*, yaitu transaksi yang berhubungan dengan pembuatan desain *website* dan transaksi yang dapat dilakukan melalui *website*. Pembuatan desain dan pembuatan *homepage website* termasuk jasa periklanan, dimana sesuai dengan pasal 4A ayat 3 UU PPN dan pasal 5 dari PP-144/2000 bukan termasuk jenis jasa yang dikecualikan dari PPN. Oleh karena itu, penyerahan jasa desain *website* dan pembuatan *homepage* terutang PPN.

Winardi (2006) menyebutkan, sesuai dengan *OECD Characterization*, terdapat 28 jenis transaksi *e-commerce* yang dapat dilakukan melalui *website* dan

dikenakan Pajak Pertambahan Nilai, di antaranya adalah (1) Proses *order* elektronik atas barang tidak berwujud; (2) Pemesanan elektronik dan *download* atas produk *digital*; (3) Pemesanan elektronik dan *download* atas produk *digital* untuk tujuan eksploitasi komersial atas hak cipta; (4) Kegiatan *update* dan penambahan kelengkapan atas suatu *software*; (5) Pemberian izin secara cuma-cuma untuk memanfaatkan suatu *software* dalam jangka waktu tertentu; (6) Transaksi dimana pembeli mendapatkan hak hanya sekali untuk memakai *software* atau produk *digital* lain; (7) Hak untuk menempatkan *software* dan bantuan teknik; (8) Perjanjian dengan provider pemilik hak cipta untuk mengakses suatu *software*; (9) Transaksi ASP; (10) Biaya lisensi atas ASP; (11) Pemberian tempat pada *server* untuk ditempati *website*; (12) Pemeliharaan *software*; (13) Jasa pemanfaatan *space* untuk menyimpan database (14) Bantuan teknik yang dilakukan secara *online*; (15) Penyerahan informasi kepada pelanggan; (16) Penyerahan produk dalam bentuk informasi beserta tambahan analisis data pelanggan; (17) Transaksi pembayaran atas *fee* iklan yang muncul; (18) Konsultasi jasa profesional; (19) Informasi teknis yang rahasia; (20) informasi yang dikirim ke pelanggan; (21) Akses terhadap *website* tertentu; (22) Penempatan katalog oleh merchant secara *online*; (23) Online auction; (24) Sales referral program; (25) Transaksi pembelian konten; (26) *Streaming* berbasis penyiaran; (27) Pembayaran yang dilakukan *Content Provider* kepada operator *website* agar *content*-nya di-*display* pada *website*; dan (28) Langganan ke situs *web* yang memungkinkan *download* produk *digital*.

SIMPULAN

Simpulan

Realisasi penerimaan negara dari sektor pajak pada tahun 2012 masih di bawah dari yang telah dianggarkan. Jumlah wajib pajak memang selalu meningkat tiap tahunnya, namun hal tersebut belum mampu untuk menutup defisit dari realisasi anggaran tersebut. Indonesia juga masih termasuk dalam negara yang pendapatan pajaknya terendah apabila dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia.

Berkaca pada negara lain, salah satunya yang dapat dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak adalah dengan mulai meninjau transaksi *e-commerce* atau perdagangan elektronik yang sedang marak di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang transaksi *e-commerce*-nya sedang berkembang. Kebanyakan pengguna internet di Indonesia biasanya menawarkan produknya melalui *social media*. Transaksi *e-commerce* ini nilainya cukup besar dan selalu meningkat, dan akan sangat disayangkan apabila tidak dikenakan pajak, apalagi jika melihat pengguna internet yang juga selalu meningkat tiap tahunnya. Padahal, apabila Indonesia kembali berkaca pada negara lain, negara-negara lain telah memiliki sebuah regulasi yang tepat untuk memungut pajak atas transaksi ini, dimana negara-negara lain tersebut juga melakukan harmonisasi terhadap regulasi internasional yang ada. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak perlu adanya untuk mulai mempertimbangkan transaksi ini sebagai salah satu penerimaan pajak di Indonesia, karena nilainya sangat besar dan selalu meningkat tiap tahunnya.

Saran

Beberapa hal dapat dilakukan Direktorat Jenderal Pajak untuk mempertimbangkan regulasi perpajakan atas transaksi *e-commerce*, yaitu (1) bekerja sama dengan pihak-pihak terkait, seperti APJII dan Departemen Komunikasi dan Informasi; (2) memperhatikan sistem pemungutan pajak yang efektif dan mempertimbangkan modernisasi sistem administrasi perpajakan untuk transaksi *e-commerce*; (3) melakukan harmonisasi dan konvergensi atas standar internasional maupun regulasi OECD, dan melakukan perjanjian bilateral untuk menghindari pajak berganda.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, S Nur.2011. *E-Commerce sebagai Penghasil Uang dari Internet*. <http://research.amikom.ac.id/index.php/KIM/article/download/4471/2804> (diakses 5 Mei 2013).
- APJII.2013. *Direktorat Pajak Pelajari Transaksi e-Commerce di APJII*. <http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/content/info-terkini/161/direktorat-pajak-pelajari-transaksi-ecommerce-di-a.html> (diakses tanggal 20 Mei 2013).
- APJII. 2013. *Indonesia Internet Users*. <http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/page/halaman-data/9/statistik.html> (diakses 6 Mei 2013).
- Budilaksono, Agung. 2011. *Bagaimana Perlakuan Pajak dari Transaksi E-commerce di Indonesia?*[http://www.bppk.depkeu.go.id/webbbc/images/stories/file/2011/artikel/upload%205%20agustus%202011/AGUNG % 20 BL% 20BAGAIMANA%20PERLAKUAN%20PAJAK%20UNTUK %20 TRANSAKSI %20 E-COMMERCE %20 DI %20 INDONESIA.pdf](http://www.bppk.depkeu.go.id/webbbc/images/stories/file/2011/artikel/upload%205%20agustus%202011/AGUNG%20BL%20BAGAIMANA%20PERLAKUAN%20PAJAK%20UNTUK%20TRANSAKSI%20E-COMMERCE%20DI%20INDONESIA.pdf) (diakses 30 Mei 2012).
- Cockfield, Arthur F. 2006. The Rise Of The Oecd As Informal 'World Tax Organization' Through National Responses To Ecommerce Tax Challenges. (online). *Volume 8 Yale Journal of Law and Technology*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=916555 (diakses 10 Mei 2013).

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2010. *Laporan Tahunan Kementerian Keuangan 2010*. <http://www.depkeu.go.id/Ind/others/InformasiPublik/LTKK2010.pdf> (diakses 17 Mei 2013).
- Direktorat Jenderal Pajak. 2012. *Penerimaan Pajak Dalam Negeri 2009-2012*. <http://www.pajak.go.id/content/penerimaan-pajak-dalam-negeri-2009-2012> (diakses 6 Mei 2013).
- Direktorat Jenderal Pajak. 2012. *Penerimaan Pajak Dalam Negeri 2005-2009*. <http://www.pajak.go.id/content/penerimaan-pajak-dalam-negeri-2005-2008> (diakses 6 Mei 2013).
- Fredriksson, Torbjörn. 2013. *E-commerce and Development Key Trends and Issue*. http://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/wkshop_apr13_e/fredriksson_ecommerce_e.pdf (diakses tanggal 3 Mei 2013).
- Harian Seputar Indonesia. 2010. *Pajak Jual Beli Online Sulit Dilacak*. <http://www.ortax.org/ortax/?mod=berita&page=show&id=9804&q=&hlm=3> (diakses 2 Mei 2013).
- Harian Surabaya Post. 2013. *Aturan Ngambang, Pajak Online Rp 440 M Terbang*. <http://www.Surabayapost.co.id/?mnu=berita&act=view&id=918aa00f7eba30a0913c9ba9a3557a27&jenis=c81e728d9d4c2f636f067f89cc14862c> (diakses 2 Mei 2013).
- India, The Institute of Chartered Accountants. 2012. *Taxation of E-Commerce Transaction 2012*. http://220.227.161.86/18895sm_dtl_finalnew_cp19.pdf (diakses 6 Mei 2013).
- Immanda, Annisaa. 2008. *Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai atas Transaksi-Transaksi yang Dilakukan Content Provider*. Skripsi dipublikasikan. Jakarta: Program Studi Sarjana UI.
- Nugroho, Adi. 2006. *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung: Informatika.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan Edisi Revisi 2011*. Jogjakarta: Andi Jogjakarta.
- Mustika, Nita. 2008. *Kebijakan Pajak atas Penghasilan yang Didapat dari Transaksi E-commerce*. Skripsi dipublikasikan. Jakarta: Program Studi Sarjana UI.
- Rao, Leena. 2011. *JP Morgan: Global E-Commerce Revenue to Grow By 19 Percent in 2011 to \$680B*. <http://techcrunch.com/2011/01/03/j-p-morgan-global-e-commerce-revenue-to-grow-by-19-percent-in-2011-to-680b/> (diakses 5 Mei 2013).
- Rao, Subba Siriginidi. 2000. *E-commerce: The Medium is The Mart*. (Online). *New Library World Volume 101 Number 1154*. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=860037> (diakses 1 Mei 2013).

- Republik Indonesia, Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Undang-Undang No. 7 tahun 1984 tentang Pajak Penghasilan (PPh).
- Republik Indonesia, Undang-Undang No. 42 Tahun 2009 tentang Perubahan Undang-Undang No. 8 Tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai dan atau Penjualan atas Barang Mewah.
- Sakti, Nufansa Wira. 2007. E-commerce as The Tax Potential Revenue in Indonesia. (online). *Niigata University Graduate School of modern society Arts and Sciences, Contemporary Social and Cultural Studies no.39*.http://dspace.lib.niigata-u.ac.jp:8080/dspace/bitstream/10191/6412/1/01_0066.pdf (diakses 30 April 2013).
- Soemitro, Rochmat. 1977. *Dasar-dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan 1944*. Jakarta: PT Eresco.
- Suandy, Erly. 2011. *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sultoni. 2013. *PMK 16/PMK.03/2013 Makin Meneguhkan DJP*. <http://www.pajak.go.id/content/article/pmk-16pmk032013-makin-meneguhkan-djp> (diakses 9 Mei 2013).
- Teltscher, Susan. 2000. Tariffs, Taxes And Electronic Commerce: Revenue Implications For Developing Countries. (online). *Policy Issues In International Trade And Commodities Study Series No. 5*.<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.9764&rep=rep1&type=pdf> (diakses 30 April 2013).
- Utoyo, Naning, Ramda. 2012. *eCommerce in Indonesia*. <http://api.dailysocial.net/en/wp-content/uploads/2012/08/eCommerce-in-Indonesia.pdf> (diakses tanggal 4 Mei 2013).
- Winardi, Wahyu. 2002. *Aspek Pajak Pertambahan Nilai atas Transaksi E-Commerce Berdasarkan UU No. 18 tahun 2000*. Tesis tidak dipublikasikan. Jakarta: Program Studi Magister UI.