

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

Bab ini mendiskusikan tentang konsepsualisasi nilai Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Konsumen E-Commerce Dimasa Pandemi. Pemilihan metode yang tepat dalam suatu penelitian sangatlah dipengaruhi oleh posisi filosofis dari penelitian yang tersebut. Oleh karena itu, bab ini diawali dengan sub-bab yang menjelaskan Pajak Pertambahan Nilai berikutnya dari bab ini menjelaskan Penerapan PPN pada Jumlah Transaksi(Konsumen) E-Commerce serta lebih detail dalam Perusahaan Yang Produknya Dikenai Pajak Pertambahan Nilai.

#### **2.1 Definisi Pajak Pertambahan Nilai**

PPN adalah pungutan yang dikenakan dalam setiap proses produksi maupun distribusi. Itulah alasannya kita sering menemukan PPN dalam transaksi sehari-hari. Sebab, dalam PPN, pihak yang menanggung beban pajak adalah konsumen akhir/pembeli.

Sebagai bukti bahwa PPN adalah kewajiban pembeli, kita bisa menemukan PPN pada lembaran struk belanja atau pembelian. Pada struk tersebut kita dapat menemukan tulisan PPN maupun terjemahannya dalam Bahasa Inggris yakni Value Added Tax (VAT). (Online Pajak, 2018).

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan atas :

- a. Penyerahan Barang Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
- b. Impor Barang Kena Pajak;
- c. Penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
- d. Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;

- e. Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
- f. Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak;
- g. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak; dan h. ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak.

## **2.2 Peraturan Perpajakan E-Commerce**

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pengertian pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang tertuang 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 (Finanto V,2019).

Sistem pemungutan pajak yang berlaku di Indonesia adalah self assessment system yaitu sistem yang memberikan kepercayaan dan tanggung jawab yang lebih besar untuk menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri besarnya pajak terutang oleh wajib pajak Pemerintah dalam hal ini aparat perpajakan berkewajiban melaksanakan pembinaan, penelitian dan pengawasan terhadap pelaksanaan pemenuhan kewajiban pajak, salah satunya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (Online Pajak,2018)

Aturan terkait e-commerce diatur dalam Undang-undang (UU) No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan yang menjelaskan kepastian hukum serta kesepahaman mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik. Undang-undang (UU) No. 7 tahun 2014 menyebutkan bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan atau informasi dan penggunaan sistem elektronik

tersebut wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Data dan atau informasi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) minimal menyertakan identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi, persyaratan teknis barang yang ditawarkan, persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan, harga dan cara pembayaran barang dan atau jasa serta cara penyerahan barang. (Deky, 2016).

Terkait pengenaan pajak, transaksi perdagangan secara elektronik dikenakan pajak sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaku usaha yang menjalankan perdagangan secara elektronik wajib tunduk pada ketentuan perpajakan Indonesia karena dianggap memenuhi kehadiran secara fisik dan melakukan kegiatan usaha tetap di Indonesia. Terkait bea materai, pengenaan bea materai terhadap dokumen bukti transaksi elektronik diberlakukan terhadap bukti transaksi yang dilakukan secara tertulis diatas kertas.

Situs yang telah diaudit berhak memperoleh trustmark. Situs yang tidak bertanggung jawab dapat dimasukkan dalam blacklist. Beberapa kajian Hukum yang akan saling terkait dan/atau saling mempengaruhi dengan adanya transaksi e-commerce diantaranya adalah HAKI (UU Hak Cipta No. 19/2002, Rahasia Dagang No.30/2000, Desain Industri No.31/2000, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu No.32/2000, Paten No.14/2001 dan Merk Np.15/2001, Perlindungan Konsumen No.8/1999, Persaingan Usaha yang Sehat No.5/1999, dan KUH Perdata dan UU Transfer Dana No.3/2011.

### **2.3 Potensi Pajak Pertambahan Nilai atas E-Commerce Terhadap Kas Negara**

Dirjen Pajak Suryo Utomo mengatakan potensi pajak dalam aktivitas e-commerce sangat besar. Apalagi, Bank Indonesia memproyeksikan total transaksi e-commerce hingga akhir tahun ini bisa mencapai lebih dari Rp215 triliun. Sekitar 80% transaksi ini berasal dari 4 marketplace di Indonesia.

Telah ditegaskan dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor Se-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce. Dan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor Se-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi E-Commerce. Dalam aturan ini disebutkan terdapat 4 model E-Commerce yang akan dikenakan Pajak Pertambahan Nilai 10% (Kemenkeu, 2011).

Pengaturan ini lebih menjelaskan tata cara dan prosedur pemajakan untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku e-commerce demi menciptakan perlakuan yang setara dengan pelaku usaha konvensional.

Pokok-pokok pengaturan dalam Nomor 210/PMK.010/2018 ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang dan penyedia jasa yang berjualan melalui platform marketplace:
  - a. Memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada pihak penyedia platform marketplace;
  - b. Apabila belum memiliki NPWP, pengusaha dapat memilih untuk (1) mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP, atau (2) memberitahukan Nomor Induk Kependudukan kepada penyedia platform marketplace;
  - c. Melaksanakan kewajiban terkait PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku, seperti membayar pajak final dengan tarif 0,5% dari omzet dalam hal omzet tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam setahun, serta
  - d. Dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dalam hal omzet melebihi Rp4,8 miliar dalam setahun, dan melaksanakan kewajiban terkait PPN sesuai ketentuan yang berlaku.
2. Kewajiban penyedia platform marketplace:
  - a. Memiliki NPWP, dan dikukuhkan sebagai PKP;
  - b. Memungut, menyetor, dan melaporkan PPN dan PPh terkait penyediaan layanan platform marketplace kepada pedagang dan penyedia jasa;

- c. Memungut, menyetor, dan melaporkan PPN dan PPh terkait penjualan barang dagangan milik penyedia platform marketplace sendiri, serta
- d. Melaporkan rekapitulasi transaksi yang dilakukan oleh pedagang pengguna platform. Penyedia *platform marketplace* adalah pihak yang menyediakan sarana yang berfungsi sebagai pasar elektronik di mana pedagang dan penyedia jasa pengguna *platform* dapat menawarkan barang dan jasa kepada calon pembeli. Penyedia *platform marketplace* yang dikenal di Indonesia antara lain Blibli, Bukalapak, Elevenia, Lazada, **Shopee**, dan Tokopedia. Selain perusahaan-perusahaan ini, pelaku over the-top di bidang transportasi juga tergolong sebagai pihak penyedia *platform marketplace*.

### 3. Bagi e-commerce di luar platform marketplace:

Pelaku usaha yang melaksanakan kegiatan perdagangan barang dan jasa melalui online retail, classified ads, daily deals, dan media sosial wajib mematuhi ketentuan terkait PPN, PPnBM, dan PPh sesuai ketentuan yang berlaku. Sebelum Nomor 210/PMK.010/2018 ini mulai berlaku efektif pada 1 April 2019, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) akan melaksanakan sosialisasi kepada para pelaku e-commerce, termasuk penyedia platform marketplace dan para pedagang yang menggunakan platform tersebut. Langkah yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan pajak dari ekosistem digital tersebut. Pertama, menggandeng platform digital untuk memberikan edukasi dan engagement. Kedua, kewajiban bagi platform digital agar memberikan data transaksinya untuk tujuan identifikasi dan profiling. Ketiga, menunjuk platform digital sebagai pemungut pajak atas transaksi penyerahan dan penghasilan yang diterima setiap pihak dalam ekosistem platform tersebut. Penerapan PPN ini diharapkan dapat meningkatkan penerimaan negara dalam rangka menanggulangi dampak wabah COVID-19, dan menjaga kredibilitas anggaran negara serta stabilitas perekonomian negara di masa krisis global seperti ini.

## 2.4 Pengertian E-Commerce

Pertumbuhan ekonomi sejalan dengan perkembangan teknologi yang dapat mempengaruhi pola kehidupan masyarakat. Sebagai contoh yang sebelumnya perdagangan dilakukan dengan cara bertatap muka, kini dapat dilakukan dengan cara online. Perubahan pola hidup masyarakat ini yang dinilai lebih efektif dan efisien untuk dikerjakan, karena tidak membutuhkan banyak waktu untuk melakukan aktivitas tersebut. Sama halnya dengan sistem perdagangan, saat ini banyak sekali aplikasi perdagangan secara online yang ditawarkan. Perdagangan secara elektronik tersebut disebut dengan E-Commerce yang merupakan kepanjangan dari *Electronic Commerce* yang berarti perdagangan yang dilakukan secara Elektronik. *E-commerce* berarti perdagangan elektronik yang mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan, atau informasi melalui jaringan computer, termasuk internet. (Jay M.S 2001)

*E-Commerce* adalah kegiatan jual beli barang jasa atau transmisi dana data melalui jaringan elektronik. Ada tujuh jenis dasar *E-Commerce* atau bentuk bisnis e-commerce dengan karakteristik berbeda:

1. **Business-to-Business (B2B)**, B2B e-commerce meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan. Produsen dan pedagang tradisional biasanya menggunakan jenis e-commerce ini.
2. **Business-to-Consumer (B2C)**, B2C adalah jenis e-commerce antara perusahaan dan konsumen akhir. Hal ini sesuai dengan bagian ritel dari e-commerce yang biasa dioperasikan oleh perdagangan ritel tradisional. Jenis ini bisa lebih mudah dan dinamis, namun juga lebih menyebar secara tak merata atau bahkan bisa terhenti.
3. **Consumer-to-Consumer (C2C)**, C2C merupakan jenis e-commerce yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa antar konsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online untuk melakukan transaksi tersebut.
4. **Consumer-to-Business (C2B)**, C2B adalah jenis e-commerce dengan

pembalikan utuh dari transaksi pertukaran atau jual beli barang secara tradisional. Jenis e-commerce ini sangat umum dalam proyek dengan dasar multi sumber daya. Sekelompok besar individu menyediakan layanan jasa atau produk mereka bagi perusahaan yang mencari jasa atau produk tersebut.

5. **Business-to-Administration (B2A)**, B2A adalah jenis e-commerce yang mencakup semua transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dan administrasi publik. Jenis e-commerce ini melibatkan banyak layanan, khususnya di bidang-bidang seperti fiskal, jaminan sosial, ketenagakerjaan, dokumen hukum dan register, dan lainnya. Jenis e-commerce ini telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir dengan investasi yang dibuat melalui e-government atau pihak pemerintah.

6. **Consumer-to-Administration (C2A)**, Jenis C2A meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik. Contoh area yang menggunakan jenis e-commerce ini adalah : Pendidikan, proses pembelajaran jarak jauh, jamsostek, pembayaran, pengajuan pajak, pembayaran pajak, kesehatan, informasi mengenai penyakit, pembayaran layanan kesehatan dan lainnya.

7. **Online-to-Offline (O2O)**, O2O adalah jenis e-commerce yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik. O2O mengidentifikasi pelanggan di bidang online seperti email dan iklan internet, kemudian menggunakan berbagai alat dan pendekatan untuk menarik pelanggan agar meninggalkan lingkup online. Contohnya, sebuah pusat kebugaran tidak akan bisa didirikan di ruang tamu rumah Anda, namun dengan menggunakan layanan O2O yang disediakan perusahaan seperti Groupon Inc, pusat kebugaran tersebut bisa menyalurkan bisnis offline nya menjadi online.

## **2.5 Penerapan Pajak Pada Kegiatan Jual-Beli**

Penerapan adalah suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang

diinginkan oleh suatu kelompok/golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya (KBBI). Disini tujuan tertentu dari suatu golongan atau kelompok yaitu masyarakat dan pemerintah berencana memajukan Pendapatan Negara melalui adanya Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas konsumsi yang dikenakan oleh setiap konsumen produk Online/E-Commerce yang diharapkan akan membantu meningkatkan penerimaan Pajak Negara.

Sebelum Konsumen memutuskan untuk membeli produk Online/E-Commerce, diperlukan beberapa pertimbangan antara risiko dan besarnya harga yang dibayar. Ketika konsumen mengetahui bahwa terdapat PPN pada barang yang mereka beli pada situs E-Commerce tersebut, konsumen akan mempertimbangkan kembali untuk memutuskan membeli barang tersebut. Dengan adanya peningkatan ini, Tentunya rasa percaya konsumen yang semakin tinggi akan meningkatkan keputusan pembelian, meskipun semakin tinggi tingkat risiko yang mungkin muncul dan semakin tinggi harga yang harus dibayarkan konsumen. Terlebih, sistem e-commerce yang sedang kita studi ini menggabungkan harga dan PPNnya, jadi tidak terlihat mahal atau pricey untuk kalangan masyarakat. Sehingga beberapa factor yang tadinya dipertimbangkan tidak lagi berpengaruh jika tingkat kepercayaan konsumen sudah terbangun.

## **2.6 Peningkatan Transaksi Platform Shopee dengan adanya PPN**

Peningkatan adalah Lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan, peningkatan berarti kemajuan, penambahan, keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Adanya penambahan jumlah konsumen E-Commerce khususnya Negara dan kondisi ekonomi tidak seburuk itu. Selain itu, kondisi ini mengharuskan masyarakat untuk menerapkan social distancing dan meminimalisir kegiatan luar rumah atau outdoor.

Masyarakat menjadi sangat konsumtif dengan adanya belanja online, mereka pun memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka dengan berbelanja



online pada marketplace ataupun e-commerce. Terlebih, masyarakat saat ini memilih untuk melakukan kegiatan apapun berbasis contactless. Salah satunya meningkatnya minat akan layanan konsumen berbasis online. Hal ini agar masyarakat tetap mendapatkan layanan sesuai yang dibutuhkan tanpa harus keluar rumah. Hal ini terjadi setelah adanya pandemic.

Sebelumnya, toko berbasis online ini tidak terlalu diminati karena resiko dan kondisi yang ada. Perubahan perilaku konsumen saat ini tentu saja terjadi karena adanya dorongan dari perubahan dan beradaptasi. Namun, ada kemungkinan perilaku konsumen saat ini bertahan hingga jangka waktu cukup lama karena konsumen pun membutuhkan waktu untuk melakukan penyesuaian kembali pada kebiasaan dan perilaku lama mereka. Konsumen tentu saat ini sudah terbiasa untuk berbelanja atau melakukan aktivitas dengan kontak fisik yang minim dan melakukan protocol kesehatan kapan dan dimana saja karena masih belum merasa aman sejak hadinya pandemic ini.

## 2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu

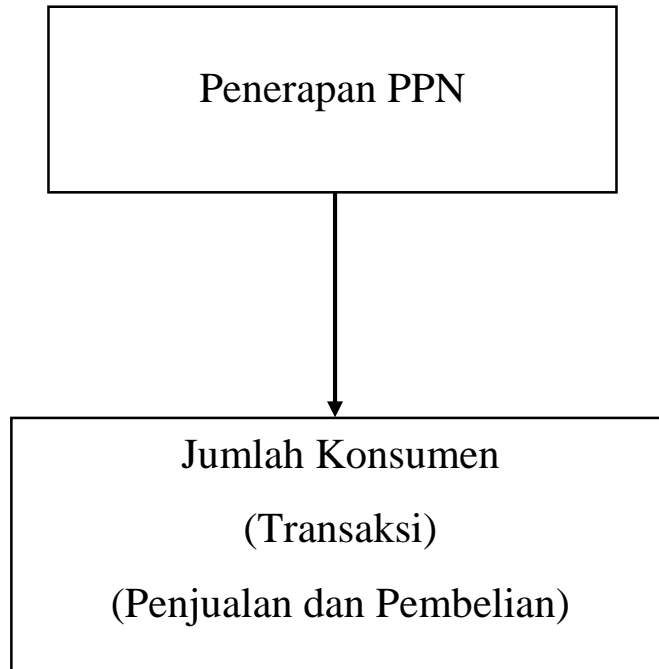
|          | <b>Nama Peneliti</b>             | <b>Judul Penelitian</b>   | <b>Variable</b>      | <b>Kesimpulan</b>  |
|----------|----------------------------------|---|----------------------|--|
| <b>1</b> | Eviera<br>Maharani<br>Utomo,2012 | Transaksi E-<br>Commerce<br>Sebagai<br>Potensi<br>Penerimaan<br>Pajak Di<br>Indonesia | E-<br>Commerce,Pajak | Indonesia<br>merupakan salah<br>satu negara yang<br>Transaksi e-<br>commerce ini<br>nilainya cukup<br>besar dan selalu<br>meningkat, dan<br>akan sangat<br>disayangkan<br>apabila tidak<br>dikenakan pajak,<br>apalagi |

|   |  |   |                                      |  |
|---|--|---|--------------------------------------|--|
|   |  |   |                                      | jika melihat pengguna internet yang juga selalu meningkat tiap tahunnya.   |
| 2 | Resha Dwiayu<br>Pangesti<br>Mulyono,2017 | Menguak Permasalahan Perpajakan E-Commerce Di Indonesia dan Solusi Pemecahannya | Perpajakan,E-Commerce,Solusi         | Bagaimana e-commerce dilakukan agar dapat mengetahui gap bagaimana cara pemungutan pajak atas kegiatan e-commerce. |
| 3 | Suriyadi,2015                            | Pengaturan Perpajakan Dalam   | Perpajakan,E-commerce,Pajak Berganda | Pemungutan pajak atas transaksi e-   |

|   |                     |   |                 |  |
|---|---------------------|---|-----------------|--|
|   |                     | Transaksi E-Commerce Dalam Rangka Penghindaran Pajak Berganda |                 | commerce berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.   |
| 4 | Cindy Nathania,2013 | Perlakuan PPN Atas Transaksi E-Commerce                       | PPN, E-Commerce | terdapat kewajiban untuk membayar Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi e-commerce, karena pada dasarnya transaksi e-commerce tidak |

|   |                |  |                |   |
|---|----------------|--|----------------|---|
|   |                |  |                | ada perbedaan dengan transaksi konvensional hanya yang membedakan mekanisme perdagangannya  |
| 5 | Dea Seven,2021 | Penerapan Pemungutan PPN atas Transaksi Ecommerce di Indonesia | PPN,E-Commerce | Potensi pajak digital lebih tinggi dari estimasi pemerintah, Masyarakat dinilai semakin bergantung dengan produk dari layanan platform digital. |

## 2.8 Model Konseptual Penelitian



Penerapan Pajak Pertambahan Nilai yang diterapkan di Shopee 10% pada Jumlah Konsumen atau transaksi yang berada di Penjualan dan Pembelian yang akan peneliti analisa dalam pertumbuhan pajak didalam sistem E-Commerce