

**PENANGANAN DAN PENGAWASAN PERPAJAKAN DALAM
RANGKA INTENSIFIKASI DI BIDANG
*E-COMMERCE***

(Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

ANITA APRILIA

NIM. 105030400111003



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

MALANG

2014

Motto

Menulis adalah pekerjaan yang akan menghasilkan karya abadi. Karyanya akan selalu ada, walaupun sang penulis telah mati sekalipun.

Tetap menjadi manusia yang tak pernah lelah menciptakan hal baru melalui sebuah tulisan.

Karenanya, mungkin tulisan adalah sebagian dari pekerjaan itu.

(Anita Aprilia)

Orang boleh pandai setinggi langit, tapi selama ia tak menulis, ia akan hilang di dalam masyarakat dan dari sejarah.

(Pramoedya Ananta Toer)

Menulis adalah suatu cara untuk bicara, suatu cara untuk berkata, suatu cara untuk menyapa, suatu cara untuk menyentuh seseorang yang lain entah di mana. Cara itulah yang bermacam-macam dan di sanalah harga kreativitas ditimbang-timbang.

(Seno Gumira Ajidarma)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Sederet kata ini tak akan pernah mampu membalas seluruh cinta dan kasih sayang dua orang hebat di sampingku. Kedua orang tua, Bapak dan Ibu terimakasih atas seluruh usaha, cinta, air mata dan keringat kalian. Anakmu telah menyelesaikan salah satu impian Bapak dan Ibu. Masa selanjutnya, mungkin akan aku abdikan untuk membahagiakan kalian. Ijinkan anakmu bisa berbakti sampai akhir nanti. Maturnuwun ingkang Bapak lan Ibu.



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengawasan dan Penanganan Perpajakan di Bidang *E-commerce*
(Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)

Disusun oleh : Anita Aprilia

NIM : 105030400111003

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Program Studi : Perpajakan

Malang, 17 Juni 2014

Komisi Pembimbing

Ketua



Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si
NIP. 19530810 198103 2 012

Anggota



Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., M.Si., Ph.D
NIP. 19730530 200312 2 001

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Juli 2014

Jam : 11.00-12.00

Skripsi atas nama : Anita Aprilia

Judul : Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang *E-commerce* (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan

dan dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua



Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si
NIP. 19530810 198103 2 012

Anggota



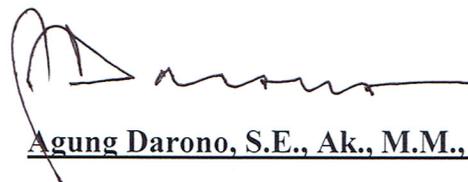
Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., M.Si., Ph.D
NIP. 19730530 200312 2 001

Anggota



Dra. Maria Goretti Wi Endang, M.Si
NIP. 19620422 198701 2 001

Anggota



Agung Darono, S.E., Ak., M.M., M.Eng

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan suatu gelar atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis atau diterbitkan oleh orang lain, melainkan kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata saya di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur yang jiplakan atau mengcopy, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.23 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 17 Juni 2014



Anita Aprilia
NIM. 105030400111003

RINGKASAN

Anita Aprilia. 2014. **Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang *E-commerce* (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)**. Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si. Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., M.Si., Ph.D, 122 hal + xiv

Era globalisasi memberikan dampak yang sangat luas untuk perkembangan berbagai aspek. Salah satunya adalah aspek bisnis atau perdagangan. Perluasan dari aspek perdagangan yaitu adanya kegiatan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan kegiatan perdagangan yang melibatkan media elektronik. Kegiatan perdagangan jenis ini menjadi *trend* baru di kalangan pelaku industri, karena proses transaksinya yang sederhana dan mudah. Para pelaku yang terlibat di dalamnya, baik penjual atau pembeli tidak perlu melakukan kontak secara langsung. Cukup dengan jaringan media elektronik, transaksi dapat dilakukan. Secara garis besar hal tersebut dapat menjadi salah satu objek penerimaan pajak dari transaksi yang dilakukan. Kota Malang menjadi lokasi penelitian yang dipilih karena perkembangan usaha industri yang terkait, sedangkan situs penelitian yang digunakan adalah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan karena Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan merupakan institusi yang berwenang untuk melakukan pengawasan dan penanganan pajak.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengawasan serta penanganan perpajakan di bidang *e-commerce* di wilayah kota Malang. Sehubungan dengan adanya potensi yang besar dari kegiatan transaksi ini, maka perlu peran dari Direktorat Jenderal Pajak dalam hal pengawasan dan penanganannya. Selain hal tersebut, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dari pengawasan dan penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*. Dengan begitu akan terlihat hal-hal yang perlu dimaksimalkan dalam hal pengawasan dan penanganannya.

Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan masih melakukan pengawasan secara administratif dengan *tracking* pada media internet, surat kabar maupun jaringan elektronik lainnya. Penanganan yang dilakukan adalah sama dengan aspek perpajakan yang melekat pada perdagangan secara konvensional. Pelaku *e-commerce* dan transaksi yang dilakukan merupakan subjek dan objek yang wajib melakukan kewajiban perpajakan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kata Kunci : *e-commerce*, penanganan dan pengawasan, perpajakan

SUMMARY

Anita Aprilia. 2014. **Handling and Supervision of Taxation Intensification in the field of E-commerce (Study on the Tax Office Primary South Malang)**. Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si. Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., M.Si., Ph.D, 122 pages + xiv

The era of globalization has a very board impact on the development of various aspects. One of these aspects is business aspect or trade aspect. The expansion of trade aspect, is e-commerce activity. E-commerce is an activity that involves the trading an electronic media. This type of trading activity becomes a new trend in the industry, because the transaction process is simple and easy. The actor involved in it, either the seller or the buyer doesn't need to make contact directly. It only needs electronic media connectivity then, the transaction can be easily done. Over all, it can become one of the tax revenue objects from transaction process. In this study Malang city was selected to be the research location for development of related business industry. Meanwhile, the research site used is Tax Office Primary South Malang, because of its function as an institution whose authority of the taxation supervision and handling processes.

The purpose of this study are to determine the supervision and handling processes of taxation in the field of e-commerce in Malang city. Regards to the presence of great potential of the e-commerce transaction, this it needs an urgent role from Direktorat Jenderal Pajak in the supervision and handling processes. Beside that this study also aims to determine the supporting and inhibiting factors of the supervision and handling of taxation in the field of e-commerce. Therefore, the important things that are needed to be maximized will be clearly identified.

The result of this study stated that the Tax Office Primary South Malang still performs a administrative supervision by tracking on the internet, newspaper, or the other electronic networks. The handling process is done just as same as the taxation aspect that inherently uses a conventional trade. Perpetrators of e-commerce and transaction made are subject and object required to conduct their tax obligations in accordance with the provision of the legislation in force.

Keywords: e-commerce, handling and supervision, taxation

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang *E-commerce* pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Perpajakan Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Peneliti menyadari bahwa pada penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Bambang Supriyono MS, Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Dr. Kadarisman Hidayat M.Si. Ketua Program Studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Brawijaya Malang.
3. Bapak Yuniadi Mayowan, S.Sos, MAB, Sekretaris Program Studi Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
4. Ibu Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si, Ketua Dosen Pembimbing yang telah memberikan dukungan dan pengarahan selama proses bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Nila Firdausi Nuzula, S.Sos., M.Si., Ph.D selaku Wakil Ketua Dosen Pembimbing yang telah memberikan dukungan dan pengarahan selama proses bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Bayu selaku Kepala Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan, yang telah memberikan diskusi dan pengetahuan tambahan terkait penelitian skripsi ini.
7. Bapak Wempy, selaku Bagian Pemeriksaan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan. Terimakasih atas bimbingan dan bantuannya kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu, para *Account Representative* yang sudah berkenan memberikan waktu dan kesempatannya kepada peneliti. Terimakasih telah menjadi narasumber dan teman diskusi yang baik selama penelitian di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan.
9. Ibu Ninik dan Bapak Agung, kedua orang tua tercinta. Adik Angga dan Rafli. Kasih sayang dan doa tulus kalian mampu menghantarkan peneliti hingga saat ini. Terimakasih untuk dukungan dan semangatnya selama ini.
10. Kawan-kawan DIANNS, yang telah memberikan pengalaman serta ilmu baru yang tak pernah penulis dapatkan di bangku perkuliahan. Kalian adalah manusia-manusia hebat. Sulis, Anisa, Ines, Fajar,

Dio, Aryo, Pandu, Fachri, Gati, Bintang, Anggi, Karima, Hesti, Nindry, Meri. Serta kawan-kawan DIANNS semua yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu. Salam sayang untuk kalian.

11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2010 Perpajakan. Banyak suka maupun duka yang kita rasakan selama 4 tahun di kampus. Nio, Yudha, Fadhil, Agung, Yayan, Babang, Dimas, serta teman-teman perpajakan yang lain. Jalan kita masih panjang kawan.

12. Teman, sahabat, keluarga Vicia, Indah, Erlin, dan Anik. Serta adik kos Vita dan Astrid. Perjalanan ini tak lengkap jika tanpa kalian. Semangat terus dan terimakasih telah menemani penulis hingga saat ini. Dukungan dan semangat yang tak terkira.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya, penulis ucapkan terima kasih atas dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, Juni 2014

Anita Aprilia



DAFTAR ISI

MOTTO i
LEMBAR PERSEMBAHAN ii
LEMBAR PERSETUJUAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv
RINGKASAN v
SUMMARY vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang 1
 B. Rumusan Masalah 13
 C. Tujuan Penelitian 13
 D. Kontribusi Penelitian 14
 E. Sistematika pembahasan 15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu 17
 B. Pajak di Indonesia 20
 1. Pajak 20
 2. Syarat Pemungutan Pajak 21
 3. Sistem Pemungutan Pajak 22
 C. *E-commerce* 24
 1. Pengertian *E-commerce* 24
 2. Kerangka *E-commerce* 26
 3. Mekanisme *E-commerce* 29
 4. Perkembangan *E-commerce* di Indonesia 31
 D. Ketentuan Perpajakan di Bidang *E-commerce* 33
 1. Ketentuan dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan 33
 2. Ketentuan dalam Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai 34
 3. Ketentuan dalam Undang-Undang Bea Meterai 36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian 41
 B. Lokasi dan Situs Penelitian 42
 C. Fokus Penelitian 42
 D. Alur Penelitian 44
 E. Jenis dan Sumber Data 45
 F. Teknik Pengumpulan Data 46
 G. Instrumen Penelitian 46



H. Analisis data	47
I. Keabsahan Data	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	
1. Gambaran Umum Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan	
a. Sejarah KPP Pratama Malang Selatan	53
b. Lokasi KPP Pratama Malang Selatan	56
c. Visi dan Misi KPP Pratama Malang Selatan	56
2. Profil Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan	
a. Tugas dan Fungsi KPP Pratama Malang Selatan	57
b. Susunan Organisasi KPP Pratama Malang Selatan	58
B. Penyajian Data	
1. Perpajakan di Dalam Transaksi <i>E-commerce</i>	
a. Mekanisme transaksi e-commerce dan aspek perpajakan	67
b. Penerimaan pajak dari sektor usaha <i>online</i>	82
2. Pengawasan dan Penanganan oleh <i>Account Representative</i> terhadap Pelaksanaan Perpajakan di Bidang <i>E-commerce</i>	
a. Penanganan terhadap pajak di bidang <i>e-commerce</i>	83
b. Pengawasan <i>Account Representative</i>	94
c. Keberadaan sistem dan fasilitas pendukung	97
d. Sanksi perpajakan untuk pelaku usaha online	98
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengawasan dan Penanganan Perpajakan di Bidang <i>E-commerce</i>	
a. Faktor Pendukung	99
1. Adanya Klasifikasi mengenai E-commerce	99
b. Faktor Penghambat	101
1. Sistem Internal Direktorat Jenderal Pajak	102
2. Kepatuhan dan Kesadaran Wajib Pajak Pelaku Usaha Online	103
3. Peraturan Perpajakan mengenai Transaksi <i>E-commerce</i>	103
C. Pembahasan	
1. Mekanisme Kegiatan <i>E-commerce</i> dalam Aspek Perpajakan	108
2. Pengawasan Perpajakan di Bidang <i>E-commerce</i>	111
3. Penanganan Perpajakan di Bidang <i>E-commerce</i>	113
4. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam hal Pengawasan dan Penanganan Perpajakan di Bidang <i>E-commerce</i>	105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	115
B. Saran	119

DAFTAR PUSTAKA	122
-----------------------------	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar.1: Gambar Data Pengguna Internet di Indonesia 4

Gambar.2: Gambar Data Belanja Online di Negara Asia Pasifik 5

Gambar.3: Gambar Data Nilai Transaksi *E-commerce* di Indonesia..... 6

Gambar.4: Gambar Mekanisme Transaksi *E-commerce*24

Gambar.5: Gambar Alur Pikir Penelitian Penanganan dan Pengawasan44

Gambar.6: Gambar Proses Analisis Data Model Interaktif49

Gambar.7: Peta Wilayah Perpajakan KPP Pratama Malang Selatan51

Gambar.8: Struktur Organisasi KPP Pratama Malang Selatan55

Gambar.9: Skema Transaksi *E-commerce Online Marketplace* 69

Gambar.10: Situs yang menggunakan model transaksi *Online Marketplace*72

Gambar.11: Situs yang menggunakan model transaksi *Classified Ads* 73

Gambar.12: Skema Transaksi *E-commerce Classified Ads* 73

Gambar.13: Situs yang menggunakan model transaksi *Daily Deals*73

Gambar.14: Skema Transaksi *E-commerce Daily Deals*76

Gambar.15: Skema Transaksi *E-commerce Online Retail*.....79

Gambar.16: Situs yang menggunakan model transaksi *Online Retail*..... 81

Gambar.17: *Flowchart* Penanganan Perpajakan Pelaku *E-commerce*92

Gambar.18: *Flowchart* Pengawasan Perpajakan di Bidang *E-commerce*.....96



DAFTAR TABEL

Tabel.1: Tabel Realisasi Penerimaan Negara 2009-2013	8
Tabel.2: Teknik Pemeriksaan Data Kualitatif	50
Tabel.3: Aspek Perpajakan pada Model bisnis <i>Online Marketplace</i> untuk Pajak Penghasilan	85
Tabel.4: Aspek Perpajakan pada Model bisnis <i>Online Marketplace</i> untuk Pajak Pertambahan Nilai	86
Tabel.5: Aspek Perpajakan pada Model bisnis <i>Classified Ads</i> untuk Pajak Penghasilan	87
Tabel.6: Aspek Perpajakan pada Model bisnis <i>Classified Ads</i> untuk Pajak Pertambahan Nilai	88
Tabel.7: Aspek Perpajakan pada Model bisnis <i>Daily Deals</i> untuk Pajak Penghasilan	89
Tabel.8: Aspek Perpajakan pada Model bisnis <i>Daily Deals</i> untuk Pajak Pertambahan Nilai	90
Tabel.9: Aspek Perpajakan pada Model bisnis <i>Online Retail</i> untuk Pajak Penghasilan	91
Tabel.10: Aspek Perpajakan pada Model bisnis <i>Online Retail</i> untuk Pajak Pertambahan Nilai	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Glosarium	126
Lampiran 2: <i>Interview Guide</i>	127
Lampiran 3: Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi <i>E-commerce</i>	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi menuntut masyarakat untuk selalu memberikan sebuah terobosan baru dalam setiap bidang kegiatannya. Pada dasarnya, proses itulah yang membuat umat manusia menjadi lebih kreatif untuk menghadapi dunia global. Baik dari segi ekonomi, kesehatan, pendidikan, sosial, maupun budaya. Salah satu yang terpenting adalah adanya ekonomi global. Dengan adanya ekonomi global, persoalan-persoalan lain dipandang tidak sepenting dengan kebutuhan ekonomi global. Pandangan implisit bahwa, jika ekonomi global dapat berjalan dengan baik, maka agenda-agenda yang lainnya juga akan mengikuti (Ife, 2008:368). Dengan kata lain, persoalan yang dilakukan pada kegiatan perekonomian secara global akan mampu mendorong kebutuhan-kebutuhan lain untuk berkembang. Dengan begitu, pada setiap negara akan memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatannya. Globalisasi ekonomi juga membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikal, serentak, dan pervasif, sehingga masyarakat harus memiliki kemampuan yang cepat untuk beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi (Spica, 2009:2).

Salah satu dampak yang dihasilkan oleh era globalisasi adalah terciptanya teknologi internet. Teknologi internet memiliki efe besar pada perdagangan global dalam hal layanan, yang meliputi perangkat lunak komputer, produk-produk hiburan, layanan informasi, informasi teknik, lisensi produk, layanan finansial dan layanan tenaga ahli (Ustadiyanto, 2001:32). Pada saat ini

perdagangan dunia tercatat lebih dari \$40 milyar Amerika, dan transaksi yang tercipta terjadi secara *online* (Ustadiyanto, 2001:33). Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan pada transaksi perdagangan. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya (Irnawati, 2011:95).

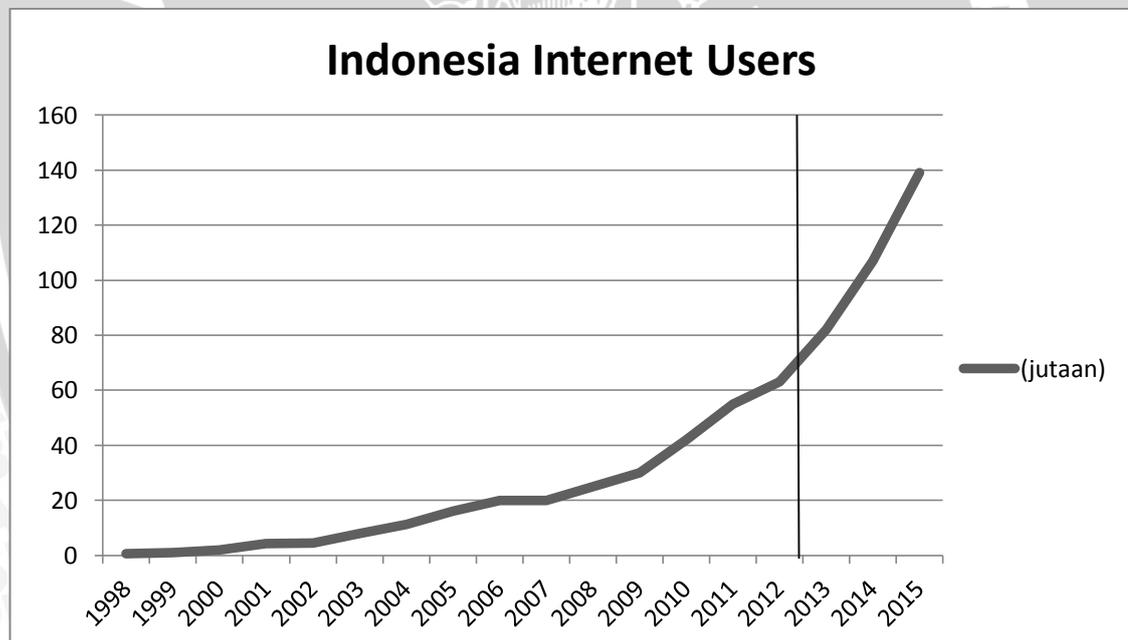
Perubahan bentuk perdagangan secara konvensional menuju sistem *online* adalah sebuah perkembangan yang perlu disesuaikan dengan keadaan sebuah negara. Indonesia sendiri masih membutuhkan beberapa peraturan yang mendukung terciptanya transaksi secara *online*. Pemerintah khususnya DJP sebagai instansi yang bertanggungjawab terhadap masalah perpajakan di Indonesia, setidaknya mampu mempelajari terhadap implikasi yang terjadi di dalam sistem perdagangan secara elektronik atau *e-commerce*.

Sistem yang terjadi tersebut dapat dikatakan sebagai *e-commerce*. *E-Commerce* adalah perdagangan yang menggunakan mekanisme elektronik yang ada di jaringan internet. Perkembangan yang sangat pesat daripada *e-commerce* disebabkan oleh banyak faktor, antara lain adalah (Ustadiyanto, 2001:136):

1. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat pelanggan dapat mengakses seluruh informasi yang terus menerus.
2. *E-commerce* dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik.

3. *E-commerce* dapat menciptakan efisiensi yang tinggi, murah serta informatif.
4. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat.

Beberapa keuntungan yang dapat didapat adalah kemudahan dalam melakukan transaksi perdagangan. Pembeli maupun penjual dapat melakukan transaksi jual beli walaupun tanpa terjadi kontak secara langsung. Media yang digunakan tentunya adalah jaringan elektronik.



Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia

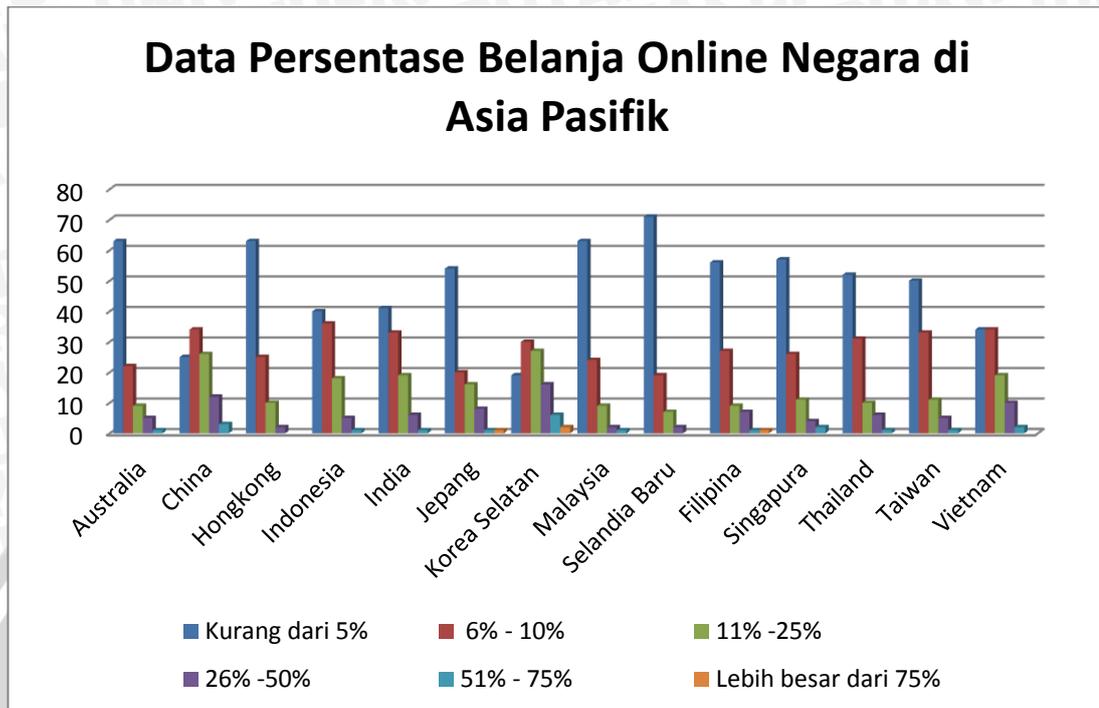
Sumber: <https://www.google.co.id/search?q=Riset+APJII+tentang+pengusaha+online&rls=org.mozilla:en-US:official&cad=h>, 2013

Berdasarkan data di atas dari AJPII pada tahun 2012 jumlah pengguna internet mencapai 63 juta pengguna dan akan meningkat setiap tahunnya. Internet sendiri merupakan salah satu media yang digunakan ketika transaksi secara *online*

berlangsung. Gambaran di atas membuktikan bahwasanya proyeksi untuk kegiatan berselancar di dunia maya menjadi kegiatan yang memiliki grafik meningkat di Indonesia.

Perkembangan mengenai tumbuhnya transaksi *online* ini juga berpengaruh terhadap peningkatan transaksi berbelanja *online*. Pada tahun 2009, di Indonesia baru 3 persen pengguna internet yang berbelanja secara *online*. Namun, pada tahun 2012 mencapai 6 persen dari pengguna internet. Angka ini pun akan terus bertambah.

Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki *trend* yang cukup baik terhadap perdagangan melalui jaringan elektronik. Sistem *online* yang mudah dan sederhana dianggap sebagai sarana aman dalam melakukan transaksi perdagangan. Data untuk persentase belanja *online* negara Indonesia dengan negara-negara lain di Asia Pasifik menunjukkan bahwa Indonesia juga memiliki kecenderungan terhadap transaksi belanja *online*.



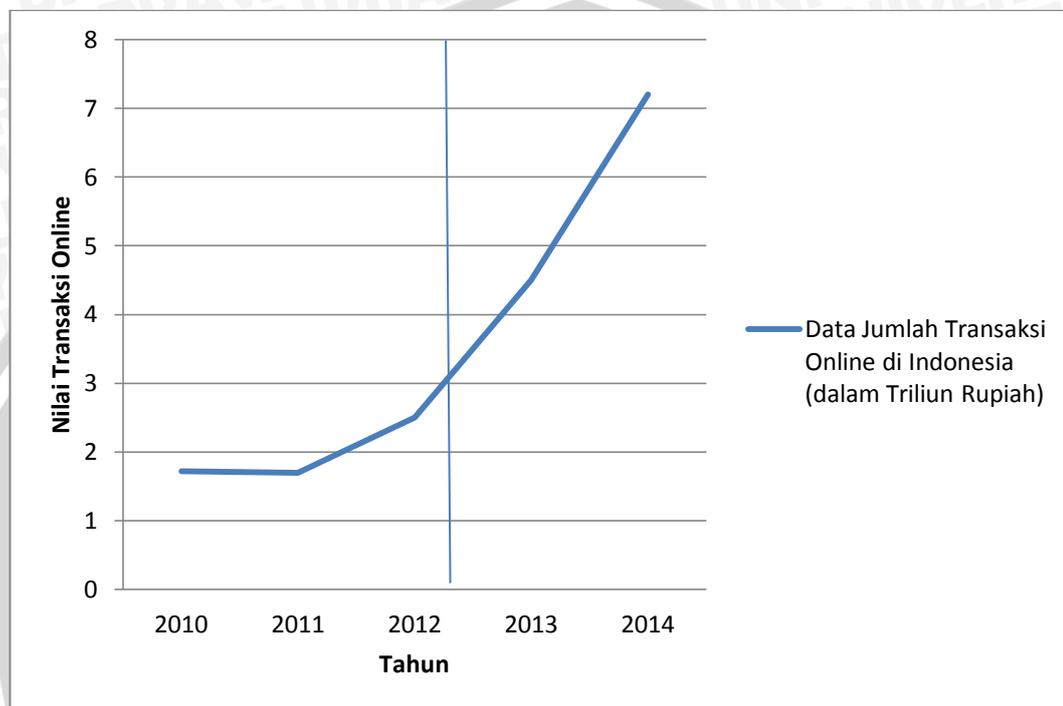
Gambar 2. Data Persentase Belanja *Online* di Negara Asia Pasifik

Sumber: <http://www.nielsen.com/id/en.html>, 28 Maret 2010

Dari data di atas terlihat bahwa Indonesia memiliki persentase sebesar 40 untuk transaksi perbelanjaan secara *online* kurang dari 5%, 36 untuk transaksi diantara 6% dan 10%, 18 untuk transaksi diantara 11% dan 25%, 5 pada transaksi 26% sampai dengan 50%, dan persentase 1 terhadap transaksi 51% sampai dengan 75%. Hampir separuh pada kegiatan *online*, sebanyak 60% adalah perilaku belanja *online*. Walaupun hanya sedikit yaitu 1% pada tingkat antara 51% sampai dengan 75%. Data tersebut merupakan rentang persentase belanja *online* yang dilakukan di tiap negara di Asia Pasifik.

Kecenderungan masyarakat Indonesia dari transaksi *online* semakin besar. Potensi yang didapat dari adanya transaksi *e-commerce* ini cukup memberikan peluang baru bagi beberapa sektor. Baik dari sisi bisnis, peraturan, maupun segi

perpajakannya. Data mengenai jumlah transaksi *e-commerce* juga mempertegas bahwa adanya potensi baru yang harus digali. Khususnya pada sektor perpajakan.



Gambar 3. Data Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia

Sumber: Modifikasi melalui <http://dailysocial.net/post/25-triliun-rupiah-nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-tahun-2012>, 12 Juli 2012

Trend di atas menunjukkan bahwa terdapat peningkatan untuk nilai transaksi *online* di Indonesia. Pada tahun 2012 terlihat bahwa nilai transaksi *online* mencapai 2,5 triliun rupiah. Pada tahun 2014 akan diproyeksikan mencapai 7,2 triliun rupiah. Meningkat sekitar tiga kali lipat dari nilai transaksi *online* pada tahun 2012. Jumlah transaksi tersebut diperoleh dari sekitar 6% dari 50 juta pengguna internet di Indonesia yang berbelanja secara *online*.

Pajak menurut 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. Selain itu pajak merupakan pondasi utama dalam pembangunan negeri ini. Kalimat tersebut tidaklah terlalu muluk, jika memang hampir 70 % pendapatan APBN berasal dari sektor perpajakan. Pembangunan di Indonesia dapat berjalan dengan adanya pajak yang dipungut kepada setiap warga negaranya. Di Indonesia sistem perpajakan yang dilakukan adalah menggunakan *self assessment system* dimana wajib pajak harus menghitung, membayar, dan melaporkan jumlah pajak yang terutang (Suandy, 2008:130). Maka, dengan adanya sistem seperti ini masyarakat Indonesia atau khususnya Wajib Pajak harus memiliki pengetahuan, kesadaran, kejujuran, kewajiban, dan kepatuhan yang tinggi untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya, sehingga terjadi hubungan timbal balik yang baik antara Wajib Pajak dan Fiskus sebagai ujung tombak pelaksanaan perpajakan di Indonesia.

Menurut data selama 5 tahun terakhir tentang realisasi penerimaan negara. Realisasi penerimaan negara yang berasal dari sektor perpajakan jauh lebih besar dari penerimaan negara bukan pajak. Hal tersebut terlihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 1. Realisasi Penerimaan Negara (Milyar Rupiah), 2009-2013

Sumber Penerimaan	2009	2010	2011	2012	2013
Penerimaan Perpajakan	619.922	723.307	873.874	1.016.237	1.192.994
Pajak Dalam Negeri	601.252	694.392	819.752	968.293	1.134.289
Pajak Penghasilan	317.615	357.045	431.122	513.650	584.890
Pajak Pertambahan Nilai	193.067	230.605	277.800	336.057	423.708
Pajak Bumi dan Bangunan	24.270	28.581	29.893	29.687	27.344
Bea Perolehan Hak atas tanah dan Bangunan	6.465	8.026	-1	-	-
Cukai	56.719	66.166	77.010	83.267	92.004
Pajak Lainnya	3.116	3.969	3.928	5.632	6.343
Pajak Perdagangan Internasional	18.670	28.915	54.122	47.944	58.705
Bea Masuk	18.105	20.017	25.266	24.738	27.003
Pajak Ekspor	565	8.898	28.856	23.206	31.702
Penerimaan Bukan Pajak	227.174	268.942	331.472	341.143	332.196
Penerimaan Sumber Daya Alam	138.959	168.825	213.823	217.159	197.205
Bagian laba BUMN	26.050	30.097	28.184	30.777	33.500
Penerimaan Bukan Pajak Lainnya	53.796	59.429	69.361	72.799	77.992
Pendapatan Badan Layanan Umum	8.369	10.591	20.104	20.408	23.499
Jumlah/Total	847.096	992.249	1.205.346	1.357.380	1.525.190

Sumber: http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=13¬ab=1, 2013

Melihat data tersebut maka potensi yang dihasilkan di dalam bidang perpajakan seharusnya mampu memberikan kontribusi yang besar untuk peningkatan stabilitas serta pembangunan negara Indonesia. Namun, proyeksi tersebut belum mencerminkan kondisi negara Indonesia saat ini. Usaha DJP dalam melihat celah perpajakan yang dapat dipungut menjadi faktor penting dalam peningkatan penerimaan negara.

Data di atas juga mengemukakan bahwa jenis pajak yang menjadi penyumbang cukup besar bagi pemasukan negara adalah Pajak Penghasilan. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan yang selanjutnya disebut UU PPh, pajak penghasilan merupakan pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak. Melihat dari dasar pengenaan atas Pajak Penghasilan di atas seharusnya para pegawai pajak mampu melihat kondisi tersebut sebagai upaya peningkatan penerimaan negara.

Di dalam sistem perpajakan Indonesia terdapat hal yang dapat dilakukan sebagai bentuk proses dalam penanganan dan pengawasan adalah upaya intensifikasi pajak. Intensifikasi pajak adalah kegiatan optimalisasi penggalian penerimaan pajak terhadap objek serta subjek pajak yang telah tercatat atau terdaftar dalam administrasi DJP (Vergina, 2009:1). Tujuan adanya intensifikasi pajak adalah mengintensifkan semua usaha dalam meningkatkan penerimaan pajak, khususnya dalam hal ini adalah Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Wajib Pajak yang dimaksud adalah mereka yang telah memenuhi syarat sebagai subjek pajak. Subjek Pajak adalah Orang Pribadi atau Badan yang menerima atau memperoleh penghasilan. Menurut Undang-Undang PPh, subjek pajak terdiri dari orang pribadi, badan, BUT.

Transaksi *e-commerce* merupakan salah satu objek yang perlu adanya intensifikasi pajak. *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and*

service) dengan menggunakan media elektronik (Wirdasari, 2009:324). Potensi yang besar dan proyeksi yang akan terus meningkat setiap tahunnya, berdasarkan data-data yang telah dipaparkan sebelumnya, akan berpengaruh pada sektor penerimaan negara. Penanganan serta pengawasan menjadi tolak ukur penting dalam menjalankan kebijakan pemerintah.

Salah satu keuntungan *e-commerce* bagi perusahaan adalah memperpendek jarak perluasan pasar, memperluas jaringan mitra bisnis dan efisiensi dengan kata lain mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayan lebih reponsif serta mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, percetakan, *report* dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Bagi konsumen keuntungan yang diperoleh perdagangan melalui dunia maya adalah efektif dan aman secara fisik (Wirdasari, 2009:326). Secara tidak langsung, hal inilah yang menyebabkan perlakuan terhadap transaksi jenis ini meningkat. Selain itu, pengenaan terhadap pajak pun seharusnya juga meningkat pula.

Pada prinsipnya *e-commerce* tidak jauh berbeda dengan perdagangan atau bisnis konvensional, hanya berbeda dalam pemanfaatan teknologi informasi secara intensif untuk melakukan jual beli dan pembayaran secara *online* via internet. Berbagai kalangan memperkirakan bahwa *e-commerce* yang dikenalkan di Indonesia mulai 1996 ini akan tumbuh menjadi kekuatan ekonomi baru (Ismawati, 2012). Sehingga bukan tidak mungkin perdagangan jenis ini akan menjadi model transaksi yang semakin banyak digunakan.

Melihat potensi yang cukup besar dari data grafik tentang nilai transaksi *e-commerce*, maka perlu adanya pengawasan dan penanganan secara simultan kepada setiap wajib pajak yang melakukan transaksi *e-commerce* pada sistem perdagangannya. Potensi besar pada *e-commerce* ini dikarenakan model perdagangan yang berbeda dari bisnis secara konvensional. Seseorang akan dengan mudah memilih barang yang akan dibeli dari tempat dimanapun dengan akses internet. Lalu mengirimkan sejumlah uang ke rekening penjual dan barang diantar langsung ke tempat pembeli.

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 pasal 5 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut UU ITE dikemukakan bahwasanya subjek pelaku untuk kegiatan *e-commerce* adalah orang yang telah melakukan perbuatan hukum secara nyata untuk kegiatan perdagangannya, dalam hal ini adanya dokumen elektronik dari *e-commerce* kedudukannya adalah disetarakan dengan dokumen yang dibuat di atas kertas. Selain itu, kelegalan dokumen yang dilakukan oleh para pengusaha *online* dibahas di dalam Surat Direktur Jenderal Pajak nomor S-702/PJ.332/2006 tentang legalitas dokumen dari transaksi *e-commerce*. Isi dari surat tersebut menunjukkan bahwa segala dokumen yang dikeluarkan dari sistem perdagangan dunia maya adalah legal dan dapat dipergunakan untuk laporan keuangan sebagai bukti fisik atas pelaporannya. Sesuai dengan ketentuan tersebut, maka tidak ada alasan apapun bagi para pelaku usaha *online* untuk menghindari kewajiban perpajakannya.

Mengacu dari berbagai permasalahan pada transaksi *e-commerce*, kota Malang, Jawa Timur merupakan kota dengan sektor industri yang baik.

Masyarakat kota Malang semakin aktif dan giat dalam melakukan usaha perdagangannya, baik secara konvensional maupun melalui jaringan media elektronik. Dalam salah satu Sidang Paripurna Gotong Royong Kotapraja Malang pada tahun 1962 menghasilkan Tri Bina Cita kota Malang dengan ditetapkannya kota Malang sebagai kota pelajar, kota industri dan kota pariwisata. Ketiga pokok tersebut menjadi landasan masyarakat kota Malang untuk mengembangkan sektor perekonomian (www.kotaMalang.go.id, 2011), yang akan membuat kawasan kota Malang memiliki perekonomian yang baik.

Segala upaya terus dilakukan baik dari pemerintah maupun masyarakat kota Malang untuk menjalankan Tri Bina Cita kota Malang yang telah dibuat sebelumnya (www.kotaMalang.go.id, 2011). Salah satu upaya tersebut adalah munculnya kegiatan perdagangan *online* oleh masyarakat kota Malang. Pemerintah kota Malang terus memberikan dorongan berupa kebijakan yang membuka pintu seluas-luasnya bagi keberhasilan investasi kota Malang. Salah satunya adalah mempermudah perijinan dalam membuka usaha di kota Malang.

Transaksi *e-commerce* menjadi fokus pemilihan tema yang penting karena kegiatannya. Perdagangan yang tampak akan sulit dilacak, jika pihak DJP hanya mengandalkan pada perdagangan secara fisik atau konvensional saja. Persoalan ini menjadi lebih rumit karena pelaku-pelaku bisnis tersebut mengambil ranah di dunia maya. Alhasil, untuk orang pribadi dan badan yang melakukan transaksi *e-commerce* akan lebih sulit daripada memeriksa wajib pajak dengan perlakuan bisnis secara konvensional.

Dari sanalah peneliti melakukan penelitian terkait penanganan dan pengawasan pajak yang melekat pada transaksi perdagangan *online* atau *e-commerce* dengan mengambil judul **“Penanganan dan Pengawasan Perpajakan dalam Rangka Intensifikasi di bidang *E-commerce* (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penanganan dan pengawasan perpajakan dalam rangka intensifikasi terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat penanganan dan pengawasan perpajakan dalam rangka intensifikasi terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan tersebut, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis penanganan dan pengawasan perpajakan dalam rangka intensifikasi terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang

2. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat penanganan dan pengawasan perpajakan dalam rangka intensifikasi terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang.

D. Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi penelitian yang dapat diperoleh antara lain:

1. Kegunaan Akademis, yaitu :
 - a. Sebagai sumbangan pemikiran khususnya dalam bidang perpajakan dan sebagai bahan masukan bagi pemerintah pusat atau khususnya DJP dalam membuat strategi dan kebijakan dalam rangka perluasan basis pajak dan peningkatan penerimaan negara.
 - b. Sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang tertarik dengan penelitian dengan acuan sejenis.
2. Kegunaan Praktis, yaitu :
 - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan, pemberian gambaran, atau referensi mengenai strategi DJP dalam mengembangkan sektor pendapatan utama negara yaitu pajak.
 - b. Dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya mengenai perpajakan. Mereka sebagai wajib pajak yang berkewajiban untuk membayar pajaknya sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.

E. Sitematika Pembahasan

Penelitian ini dibuat sistematis terdiri dari 5 (lima) bab yang sistematika dan alur pembahasannya dikemukakan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang yang menyebutkan isu-isu baik secara teoritis maupun empiris yang berkaitan dengan judul penelitian. Selain itu, bab ini menentukan pertanyaan penelitian yang menjadi acuan apa yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan pada latar belakang dan pertanyaan penelitian maka memunculkan tujuan penelitian. Sitematika pembahasan menjelaskan dari masing-masing sub bab sistematika secara deskriptif.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang melandasi penulisan dan pembahasan yang berkaitan dengan judul. Teori ini didapat dari hasil studi kepustakaan beberapa literatur. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah era globalisasi, transaksi *e-commerce*, Undang-undang no. 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, perpajakan di Indonesia.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab 3 menjelaskan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Informasi lokasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, penulis juga

memberikan sumber data sebagai dasar analisis potensi penerimaan negara melalui sektor perdagangan dunia maya. Setelah itu, pengumpulan data, dan teknik menganalisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab 4 menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan data yang telah didapat dan data yang telah diproses. Bab ini menjelaskan gambaran lokasi umum. Selanjutnya, dalam bab ini terdapat bagian yang merupakan bagian paling penting yang akan menyajikan analisis data dan interpretasi penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab 5 terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah ringkasan mengenai apa yang didapat dalam penelitian ini. Sementara saran merupakan hal yang akan direkomendasikan. Saran dikemukakan berdasarkan ketidaksesuaian antara teori dan empiris di lapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Guna menunjang dan menambah referensi mengenai penelitian ini, maka peneliti melakukan tinjauan pustaka dengan beberapa hasil penelitian yang membahas persoalan yang sama, yaitu tentang kegiatan *e-commerce*, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Indah Permata Dewi, 2011

Indah melakukan penelitian mengenai penerapan pajak untuk *e-commerce* yang dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan negara. Upaya yang dimaksudkan di dalam penelitian ini adalah upaya ekstensifikasi, yaitu proses yang dilakukan untuk penggalan atau penambahan potensi Wajib Pajak terdaftar dan perluasan objek pajak dalam administrasi Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan penelitian deskriptif dengan cara kajian pustaka. Artinya, penelitian kajian pustaka ini pada dasarnya menyajikan atau memaparkan hasil kajian pustaka yang diolah berdasarkan argumentasi dan penalaran keilmuan sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku.

Pada penelitian ini, Indah melakukan analisis dengan menelusuri, menganalisis maupun mengintrepetasikan berbagai sumber dokumen dan data yang ada. Diantaranya adalah Undang-Undang perpajakan, Surat Edaran yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce*, Peraturan Pemerintah serta melakukan kegiatan perhitungan terhadap potensi pajak dari sektor *e-commerce*. Setelah itu,

Indah melakukan penarikan kesimpulan dan saran dari berbagai kajian yang ditemukan.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah, bahwasanya penerapan pajak untuk *e-commerce* merupakan upaya ekstensifikasi pajak guna meningkatkan pendapatan negara adalah konsep yang ditujukan untuk meningkatkan pengelolaan pajak *e-commerce* melalui ekstensifikasi. *Self assessment system* sebagai suatu solusi mekanisme pemungutan pajak harus didukung dengan pelaksanaan ekstensifikasi pajak yang diatur dengan sistematis. Ekstensifikasi yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak perlu mendapatkan dukungan-dukungan dari lembaga-lembaga negara lainnya. Saran yang diberikan terhadap adanya penelitian ini adalah adanya pengukuhan paksa kepada pedagang sebagai Pengusaha Kena Pajak dan pemberian Nomor Pokok Wajib Pajak kepada subjek pajak *e-commerce* yang telah memenuhi persyaratan perpajakan pada transaksi *e-commerce* namun tidak menjalankan kewajiban perpajakannya, pentingnya melakukan penyuluhan dan publikasi kepada masyarakat mengenai pelaksanaan pemungutan pajak *e-commerce*.

2. Dyah Rahayu Agustin, 2007

Dyah melakukan penelitian mengenai penerapan pajak penghasilan atas transaksi *e-commerce* yang dilakukan pada pedagang anggrek melalui www.3orchid.com. *E-commerce* adalah suatu produk dari perkembangan teknologi dan bisnis modern yang mulai menjauhi prinsip-prinsip konvensional. Batasan masalah pada penelitian ini adalah mengenai kegiatan transaksi elektronik yang terjadi pada www.3orchid.com dan sudut pandang Pajak Penghasilan

terhadap transaksi yang berkaitan dengan pembelian dan penjualan barang secara elektronik dan berbagai bentuk pelayanan serta transfer informasi digital.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Dimana peneliti akan menggambarkan dan mendeskripsikan jenis transaksi yang terjadi, mekanisme transaksi pada www.3orchid.com, melihat objek pajak yang terdapat pada *e-commerce*, dan menarik kesimpulan atas *e-commerce* apakah dapat dikenakan Pajak Penghasilan atau tidak, sehingga peneliti dapat memberikan saran yang tepat untuk dapat dipertimbangkan oleh pihak yang berkepentingan.

Hasil dari penelitian ini adalah objek Pajak Penghasilan dalam *e-commerce* adalah semua tambahan kemampuan ekonomis yang diperoleh dari 3orchid. Subjek pajak untuk 3orchid adalah 3orchid yang memperoleh penghasilan dalam *e-commerce* seperti pembeli atau konsumen anggrek. Saran dari penelitian ini adalah agar dilakukan pengawasan terhadap penggunaan informasi oleh konsumen 3orchid agar pengenaan dan penerapan royalti bagi 3orchid dapat menjadi optimal.

Dari beberapa penelitian di atas mengemukakan bahwa kegiatan ini perlu adanya penanganan dan pengawasan yang baik dari DJP, maka penelitian ini mengambil studi kasus dari penanganan dan pengawasan yang dilakukan dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan terhadap pajak atas *e-commerce*. Fokus di dalam penelitian ini adalah bagaimana penanganan dan pengawasan yang dilakukan oleh para *Account Representative* yang berada di dalam Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui kegiatan intensifikasi terhadap Wajib Pajak terdaftar untuk kegiatan *e-commerce*. Diharapkan dari adanya penelitian ini mampu memperluas basis wilayah perpajakan untuk *e-commerce* dan mengetahui mengenai mekanisme atas transaksi yang terjadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan.

B. Pajak di Indonesia

1. Pajak

Banyak para pakar yang mendefinisikan pengertian dari pajak. Menurut Prof. Dr. M.J.H. Smeets di dalam bukunya *De Economische Betekenis der Belastingen*, pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan tanpa ada kalanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual maksudnya adalah untuk membiayai pengeluaran pemerintah. Dr. Soeparman Soemahamidjaja dalam disertasinya yang berjudul *Pajak Berdasarkan Asas Gotong Royong* mengatakan bahwa pajak adalah iuran wajib, berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma-norma hukum, guna menutup biaya produksi barang-barang dan jasa-jasa kolektif dalam mencapai kesejahteraan umum (Suandy, 2008:9)

Pajak menurut 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.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki komponen penting dari pengertiannya. Komponen-komponen tersebut adalah pajak merupakan iuran wajib masyarakat kepada pemerintah, dapat dipaksakan, tidak mendapat imbalan secara langsung, dapat terutang menurut undang-undang, digunakan untuk pengeluaran keperluan negara atau kepentingan bersama.

2. Syarat Pemungutan Pajak

Untuk melakukan pemungutan pajak, pemerintah harus memikirkan terlebih dahulu syarat-syarat yang sudah ada, agar perlakuan perpajakan di Indonesia dapat berlangsung baik. Terdapat syarat pemungutan pajak yaitu (Mardiasmo, 2009:2):

a. Pemungutan pajak harus adil (syarat keadilan)

Sesuai dengan tujuan hukum, yaitu mencapai keadilan, Undang-Undang dan pelaksanaan pemungutan harus adil. Adil dalam perundang-undangan diantaranya mengenakan pajak secara umum dan merata, serta disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Adil dalam pelaksanaannya yaitu dengan memberikan hak bagi Wajib Pajak untuk mengajukan keberatan, penundaan dalam pembayaran dan mengajukan banding kepada Majelis Pertimbangan Pajak.

b. Pemungutan pajak harus berdasarkan Undang-Undang (syarat yuridis)

Di Indonesia, pajak diatur di dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 23 ayat (2). Hal ini memberikan jaminan hukum guna menyatakan keadilan,

baik dari negara maupun warganya. Maka, pemungutan pajak harus berdasarkan ketentuan yang telah ada.

c. Tidak mengganggu perekonomian (syarat ekonomis)

Pemungutan tidak boleh mengganggu jalannya kegiatan produksi maupun perdagangan, sehingga tidak menimbulkan kelesuan perekonomian masyarakat.

d. Pemungutan pajak harus efisien (syarat finansial)

Biaya pemungutan pajak harus dapat diminimalkan sehingga lebih rendah dari hasil pemungutannya.

e. Sistem pemungutan pajak harus sederhana

Sistem pemungutan yang sederhana akan memudahkan dan mendorong masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakannya, sehingga mampu menimbulkan respon yang positif dari masyarakat dalam hal perpajakannya.

4. Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak sendiri merupakan cara pemerintah Indonesia dalam memungut pajak dari masyarakat dan digunakan untuk penerimaan negara sebagai biaya dalam menunjang stabilitas dan pembangunan negara. Masing-masing negara memiliki kebijakan maupun cara untuk pemberlakuan pajaknya.

Menurut Suandy (2008:130) Indonesia memiliki 3 sistem pemungutan pajak, diantaranya:

a. Official Assessment System

Official assessment system adalah sistem pemungutan pajak dimana jumlah pajak yang harus dilunasi atau terutang oleh wajib pajak dihitung dan ditetapkan oleh fiskus atau aparat pajak.

b. Self assessment system

Self assessment system adalah sistem pemungutan pajak, dimana wajib pajak harus menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan jumlah pajak terutang.

c. Withholding System

Withholding system adalah sistem pemungutan pajak dimana besarnya pajak terutang dihitung dan dipotong pihak ketiga. Pihak ketiga yang dimaksud disini antara lain pemberi kerja dan bendaharawan pemerintah.

Berbagai sistem pemungutan pajak tersebut adalah bagian dari sistem pemungutan yang terjadi di Indonesia. Sistem tersebut berdasarkan dengan jenis pajak yang ada. Namun, secara garis besar Indonesia menganut *self assessment system* untuk pengenaan pajak penghasilan. Dimana wajib pajak diberikan kepercayaan penuh oleh pemerintah untuk menjalankan kewajibannya.

Lain halnya dengan PBB (Pajak Bumi dan Bangunan), pada pajak ini Indonesia menggunakan *official assessment system*. Wajib pajak setiap tahunnya akan mendapat besaran pajak yang harus dibayar dari pemerintah daerah. Dalam hal ini keadaan subjek pajak (wajib pajak) tidak ikut menentukan besar pajak yang terutang.

B. *E-Commerce*

1. Pengertian *E-Commerce*

Global Information Infrastructure (GII), yang masih dalam awal-awal perkembangannya telah mengubah dunia. Lebih dari sepuluh tahun mendatang kemajuan GII akan mempengaruhi hampir di seluruh aspek kehidupan, baik di bidang pendidikan, perawatan kesehatan, pekerjaan, maupun aktivitas-aktivitas di waktu senggang. Sebagai bagian dari masyarakat dunia, penduduk yang dipisahkan oleh jarak dan waktu ini akan mengalami berbagai perubahan. (Ustadiyanto, 2001:31)

Pemahaman di atas menyebabkan betapa era globalisasi dan segala aspek yang mengikutinya adalah landasan yang penting untuk keberlangsungan kehidupan manusia. Manusia dituntut untuk terus menggerakkan roda hidup dan aktivitas melalui media internet yang dimanapun dapat diakses dengan mudah. Era globalisasi memberikan pula dampak pada sektor perdagangan.

Hingga akhir abad ini, total perdagangan internet adalah 10 milyar dolar. Agar kekuatan ini dapat dicapai sepenuhnya, pemerintah harus menggunakan sebuah pendekatan *market oriented* yang tidak bersifat mengatur untuk *e-commerce*. Melihat hal tersebut, tujuan utama GII sebagai *marketplace* global yang berperan dalam pemberian serangkaian dasar dan kebijakan serta membuat peta jalan untuk diskusi-diskusi dan kebijakan internasional agar pertumbuhan perdagangan di internet dapat menjadi mudah (Ustadiyanto, 2001:34). Internet menjadi lahan baru bagi perkembangan manusia untuk menjalankan kegiatan ekonominya.

Ide globalisasi sesungguhnya merupakan isu lama yang sudah dibahas sejak awal abad 20. Gagasan globalisasi ini memiliki inti untuk memperdalam dan mempercepat interaksi ekonomi antarnegara, yang salah satunya bisa dicapai bila seluruh negara menghilangkan hambatan-hambatan perdagangan internasional, maupun proteksi pasar domestik (Erani, 2007:58).

Salah satu dampak yang dihasilkan dari era globalisasi ini adalah adanya kegiatan *e-commerce*. *E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.

Menurut Dian Widasari dalam jurnalnya, *e-commerce* merupakan bagian dari *e-business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*). Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Maka dapat dikatakan bahwa kegiatan perdagangan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis.

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan merubah cara manusia dalam melakukan interaksi sosial di dalam lingkungannya. Dalam hal ini, adalah mekanisme dagang. *E-commerce* bukan hanya sekedar mekanisme penjualan barang atau jasa melalui internet, tetapi lebih kepada aspek bisnis yang mengubah cara pandang manusia atau entitas bisnis lainnya dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Dilihat dari jenis transaksinya, *e-commerce* dikelompokkan menjadi dua segmen yaitu, *business to business e-commerce* (B2B *e-commerce*) dan *business to consumer* (B2C). B2B *e-commerce* adalah transaksi perdagangan melalui internet yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan. Transaksi dagang tersebut sering disebut sebagai *Enterprise Resources Planning* (ERP) ataupun *supply chain management*. Sedangkan B2C *e-commerce* merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang konsumsi dengan konsumen (*end user*) (Ustadiyanto, 2001:12). Terdapat pula *e-commerce* yang dikelompokkan menjadi beberapa segmen yaitu, metode *cash on delivery* (COD), maupun toko online.

Melalui internet, *customer* menemukan akses langsung ke produsen, sehingga biaya akan dapat diminimalkan. Pemanfaatan internet dalam bisnis juga mengakibatkan proses bisnis berlangsung cepat. Order cycle sebuah bisnis yang semula memakan waktu 30 hari, dapat dipercepat menjadi 5 hari. Proses seperti itu tentunya akan meningkatkan pendapatan (Ustadiyanto, 2001:14).

2. Kerangka E-Commerce

Terdapat beberapa hal yang harus dipahami sebelum negara siap untuk menerima kehadiran sistem perdagangan seperti ini, menurut Ustadiyanto (2001:34-35) di dalam bukunya bahwa dasar-dasar kerangka dari *e-commerce* adalah sebagai berikut:

a. Sektor swasta harus memimpin

Meskipun pemerintah telah menjalankan tugasnya dalam pembiayaan di awal perkembangan internet, namun pengembangan selanjutnya dikendalikan oleh sektor swasta. Karena *e-commerce* tumbuh dengan subur, maka sektor swasta harus tetap memimpin.

b. Pemerintah harus menghindari pelarangan yang tidak semestinya pada *e-commerce*

Orang-orang harus dapat mencantumkan perjanjian sah, setidaknya dengan keterlibatan atau campur tangan pemerintah, untuk dapat membeli dan menjual produk atau layanan melalui internet. Peraturan yang tidak penting dalam aktivitas perdagangan akan mengubah perkembangan *marketplace* elektronik dengan cara menurunkan persediaan produk dan layanan, serta menaikkan harga produk dan layanan untuk konsumen. Model-model bisnis harus berkembang dengan cepat agar dapat mengikuti perkembangan teknologi yang maju pesat. Pemerintah harus paham, dengan tidak membuat peraturan-peraturan yang tidak perlu baik di bidang teknologi, maupun finansial.

c. Di tempat keterlibatan pemerintah dibutuhkan

Hal ini diperlukan dengan tujuan untuk mendukung dan memperkuat lingkungan legal yang dapat diramalkan, minimalis, konsisten, dan sederhana. Di beberapa bidang, jika perlu persetujuan pemerintah dapat membuktikannya untuk memudahkan *e-commerce* dan melindungi konsumen. Penetapan peraturan pemerintah dapat melibatkan pemerintah daerah. Di tempat keterlibatan pemerintah diperlukan untuk mempermudah *e-commerce*, maka tujuannya harus menjamin kompetisi, membantu perkembangannya secara transparan dan mendukung transaksi perdagangan, serta memfasilitasi pemecahan perselisihan yang ada.

d. Pemerintah harus mengenali kualitas-kualitas unik di internet

Dengan tindakan seperti itu maka pemerintah dapat membuat peraturan yang sesuai dengan transaksi *e-commerce* tanpa membuat transaksi ini padam. Hukum dan peraturan sebelumnya yang merintang *e-commerce* harus ditinjau dan diperbaiki atau justru dihapuskan agar dapat mencerminkan kebutuhan-kebutuhan era elektronik baru ini.

e. *E-commerce* yang ada pada internet harus dipermudah dalam basis global

Internet muncul sebagai sebuah *marketplace* yang global. Kerangka legal yang mendukung transaksi-transaksi perdagangan di internet harus ditentukan dengan prinsip-prinsip yang sama dengan di dunia internasional. Prinsip-prinsip tersebut akan membuahkan hasil yang dapat diramalkan, tanpa memperhatikan yurisdiksi tempat pembeli dan penjual bermukim.

Beberapa hal selanjutnya yang menjadi tugas dari pemerintah untuk menggabungkan beberapa Undang-Undang yang telah dibuat guna mempertegas adanya kegiatan *e-commerce*. UU ITE telah menegaskan bahwasanya pada saat ini telah lahir suatu rezim hukum baru yang dikenal dengan hukum telematika. Secara internasional digunakan untuk istilah hukum yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Permasalahan hukum yang

seringkali terjadi dan tengah dihadapi adalah ketika terkait dengan penyampaian informasi, komunikasi dan transaksi elektronik, khususnya dalam hal pembuktian dan hal yang terkait dengan perbuatan hukum yang dilaksanakan melalui sistem elektronik.

Permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik untuk kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Dalam kegiatan *e-commerce* telah didukung dalam UU ITE pasal 5 bahwa dokumen elektronik yang dijadikan sebagai alat atau bukti perdagangan yang sah di mata hukum merupakan salah satu hal yang telah memperluas aspek dari perpajakan. Bahwasanya kegiatan *e-commerce* merupakan kegiatan perdagangan dimana pelaku usaha yang terlibat wajib menaati peraturan perundang-undangan yang ada.

Sementara itu, di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Pasal 1 tentang Perdagangan yang selanjutnya disebut dengan UU Perdagangan, yang dimaksud dengan perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Pada kegiatan *e-commerce* terjadi sebuah transaksi perdagangan yang dilakukan melalui jaringan elektronik. Pada UU Perdagangan Pasal 65 ayat (1) bahwasanya setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data atau informasi secara lengkap dan benar. Data atau informasi yang ditujukan adalah identitas dan legalitas pelaku usaha, persyaratan mengenai

teknis barang yang ditawarkan, kualifikasi jasa, harga dan cara pembayaran, maupun cara penyerahan barang tersebut. Pada UU Perdagangan Pasal 115 disebutkan pula mengenai ketentuan pidana di sana dijelaskan bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data atau informasi akan dipidana paling lama 12 tahun dan pidana denda paling banyak Rp. 12.000.000.000,00.

Terlihat bahwasanya untuk kegiatan *e-commerce* ini telah didukung oleh Undang-Undang yang dikeluarkan negara, yaitu UU ITE dan UU Perdagangan. Hal ini dimaksudkan bahwasanya *e-commerce* merupakan kegiatan yang sah di mata hukum. Mulai dari pendirian usahanya, para pelaku usaha yang terlibat, transaksi antara penjual dan pembeli, sampai pada dokumen secara elektronik yang digunakan. Hal ini terkait pula dengan Undang-Undang perpajakan dimana segala kegiatannya merupakan subjek dan objek pajak yang menjadi kewajiban dari para pelaku usaha yang terlibat.

3. Mekanisme E-Commerce

Mekanisme pada transaksi perdagangan jenis ini sebenarnya adalah hampir sama dengan perdagangan secara konvensional. Hanya saja dalam penerapannya melibatkan jaringan internet sebagai proses bertemunya penjual dan pembeli. Berikut adalah gambar mekanisme yang terjadi pada transaksi *e-commerce*.



Gambar 4. Gambar mekanisme transaksi *e-commerce*

Sumber: Modifikasi dari Wirdasari, 2009

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa transaksi *e-commerce* ini memiliki tahapan-tahapan yang dijalankan untuk memenuhi pedoman bertransaksi secara *e-commerce*. Tahapan yang pertama adalah terjadinya komunikasi antara penjual (*seller*) dan pembeli (*buyer*) melalui jaringan internet. Pada tahap ini penjual dapat mempromosikan profil usaha maupun barang atau jasa yang ditawarkan kepada calon pembeli. Komunikasi bisnis yang dilakukan adalah dengan menggunakan media elektronik.

Proses bisnis yang pertama di dalam sistem *e-commerce* ini adalah “*information sharing*.” Prinsip penjual di dalam proses ini adalah untuk mencari dan menjaring calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkannya,

dan mencoba untuk mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut (Wirdasari, 2009: 336).

Tahap berikutnya adalah melakukan pemesanan produk berupa barang atau jasa yang ditawarkan. Untuk kegiatan bisnis ini sebaiknya antara pihak pembeli dan penjual mengadakan perjanjian terlebih dahulu agar proses transaksi perdagangan dapat dilakukan dengan baik, aman, dan lancar. Menurut Dian Wirdasari dalam jurnalnya yang berjudul *Teknologi E-commerce dalam Proses Bisnis*, di dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entiti yang harus dikelola dengan baik, yaitu *Flow of goods* (aliran produk), *Flow of information* (aliran informasi), *Flow of money* (aliran uang), *Flow of documents* (aliran dokumen).

Tahapan selanjutnya adalah proses distribusi barang kepada pembeli. Dalam proses ini diharapkan pihak pembeli telah melakukan transaksi pembayaran baik melalui media bank, pos maupun tanpa perantara yang artinya kedua belah pihak dapat bertemu langsung. Kepercayaan dan kejujuran menjadi prioritas pada kegiatan *e-commerce* ini (Wirdasari, 2009:333).

Setelah proses transaksi selesai, tahapan selanjutnya adalah aktivitas purna jual. Aktivitas yang dimaksud adalah serupa komunikasi tentang keluhan terhadap kualitas produk, pertanyaan seputar produk, diskusi cara penggunaan dan aktivitas lainnya yang berkaitan dengan pelayanan atau produk barang atau jasa yang diperjualbelikan.

4. Perkembangan E-Commerce di Indonesia

E-commerce euphoria, yang antara lain ditandai dengan sambutan gegap gempita pada hampir semua IPO *net company* yang terjadi di berbagai penjuru

dunia. Krisis multidimensi yang melanda Indonesia sejak pertengahan 1997 tidak terelakkan telah memunculkan *time lag* dalam *e-commerce* euphoria di Indonesia. Internet yang mulai digunakan secara luas oleh masyarakat Indonesia di tahun 1995 terlalu lama hanya difungsikan untuk melihat informasi yang tidak bisa diperoleh secara bebas dan murah maupun gratis. (Ustadiyanto: 2001,20)

Memang harus diakui bahwa sejumlah situs internet yang menyajikan *breaking news* mulai menarik pemasang iklan. Menurut Ustadiyanto (2001:20) pula bahwa sejumlah *entrepreneur* baru yang terinspirasi dengan sukses yang diraih para digital *entrepreneur* di banyak negara maju sudah mulai membuat *net-companies*. Namun demikian kesadaran secara meluas bahwa internet merupakan medium bisnis baru, baru muncul di awal tahun 2000.

Trend menarik untuk perkembangan *e-commerce* di Indonesia meningkat setelah masyarakat Indonesia paham dan beralih pada transaksi jenis ini. Hingga akhir abad ini, total perdagangan di internet adalah 10 milyar dolar (Ustadiyanto, 2001:33). Hal inilah yang menjadi tolak ukur dalam perubahan perdagangan yang membuat masyarakat kembali mengikuti era globalisasi.

Sebenarnya, Indonesia harus siap dalam menghadapi perkembangan ini. bidang yang paling potensial menimbulkan masalah dalam peraturan tersebut adalah pajak dan kewajiban-kewajiban, pelarangan pengiriman informasi, serta pengontrolan terhadap perkembangan standar, pemberian ijin terhadap syarat-syarat dan dasar peraturan bagi para *provider* yang memberikan layanan (Ustadiyanto, 2001:44).

D. Ketentuan Perpajakan di Bidang *E-commerce*

Di dalam pelaksanaannya tidak ada yang berbeda antara ketentuan perpajakan transaksi perdagangan secara konvensional maupun transaksi *e-commerce*. Peraturan perpajakan mengenai PPh, PPN, PPnBM, dan Bea Meterai tetap dilaksanakan walaupun perdagangan yang dilakukan menggunakan transaksi *e-commerce*. Secara Undang-Undang, ketentuan perpajakan PPh telah diatur di dalam Undang-Undang PPh, sedangkan PPN dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang PPN dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah selanjutnya disebut UU PPN dan PPnBM. Ketentuan perpajakan tersebut antara lain:

1. Ketentuan dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan (PPh) dan Peraturan Pelaksanaannya

- a. Objek Pajak Penghasilan (PPh) adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun. Dalam hal ini, pada transaksi *e-commerce* setiap pendapatan atau penghasilan yang diterima dari penjualan produk atau jasa merupakan objek pajak yang wajib dipungut atas pengenaannya. Terkait hal tersebut maka pengenaan terdapat pada PPh pasal 21 atas pendapatan yang diterima dari *e-commerce*, lalu PPh pasal 23 atas jasa sewa dari pemanfaatan media informasi seperti website, PPh pasal 26 jika

penghasilan yang diterima berasal dari luar negeri, maupun berupa PPh final.

- b. Besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak dalam Negeri dan Bentuk Usaha Tetap ditentukan berdasarkan penghasilan bruto dikurangi biaya yang dikeluarkan. Untuk Wajib Pajak Orang Pribadi penghasilan yang ada dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak. Perhitungan yang dilakukan pada transaksi *e-commerce* baik Badan atau Bentuk Usaha Tetap maupun Wajib Pajak Orang Pribadi adalah sama.
- c. Atas objek pajak dari transaksi *e-commerce*, pelunasan Pajak Penghasilan dapat dilakukan melalui penyetoran sendiri. Pengenaan atas penghasilan dari transaksi *e-commerce* diwajibkan pula untuk melakukan penyetoran maupun pemotongan oleh Wajib Pajak yang bersangkutan.

2. Ketentuan dalam UU PPN dan PPnBM dan Peraturan Pelaksanaannya

- a. Subjek Pajak PPN dan PPnBm adalah pengusaha yang melakukan penyerahan Barang atau Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean. Dalam hal ini pelaku penjual barang atau jasa secara *e-commerce* merupakan pengusaha yang termasuk ke dalam ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- b. Pengusaha yang telah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak tersebut wajib memungut, menyetor, dan melaporkan PPN atau Pajak Penjualan atas Barang Mewah yang terutang. Penyetoran dilakukan paling lama akhir bulan berikutnya setelah berakhirnya masa pajak dan sebelum Surat Pemberitahuan Masa PPN disampaikan. Pengusaha Kena Pajak yang dimaksud adalah yang telah memenuhi syarat subjektif dan objektif.

c. Objek Pajak PPN dikenakan atas:

- Penyerahan Barang atau Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha yang telah dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak maupun pengusaha yang seharusnya dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak tetapi belum dikukuhkan.
- Impor Barang Kena Pajak.
- Pemanfaatan Barang atau Jasa Kena Pajak tidak berwujud.
- Ekspor Barang atau Jasa oleh Pengusaha Kena Pajak.

d. Objek Pajak PPnBM dikenakan atas:

- Penyerahan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah yang dilakukan oleh Pengusaha yang menghasilkan barang tersebut di dalam Daerah Pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya.
- Impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.

e. Dasar pengenaan pajak adalah Harga Jual, Pengantian, Nilai Impor, Nilai Ekspor, atau nilai lain yang dipakai sebagai dasar untuk menghitung pajak yang terutang.

f. Terutangnya PPN terjadi saat:

- Penyerahan Barang atau Jasa kena Pajak.
- Impor barang Kena Pajak.
- Pemanfaatan Barang atau Jasa Kena Pajak Tidak berwujud di luar daerah Pabean.
- Ekspor Barang atau Jasa Kena Pajak.

- Pembayaran, dalam hal pembayaran telah diterima sebelum penyerahan Barang atau jasa Kena Pajak diserahkan. Pada transaksi *e-commerce* pembayaran dilakukan sebelum barang diterima oleh pembeli, maka dalam ketentuannya penjual atau pengusaha tersebut memiliki utang PPN.
- g. Tempat PPN terutang adalah Pengusaha Kena Pajak baik Orang Pribadi atau Badan yang melakukan penyerahan barang di tempat tinggal atau kedudukan usaha. Dalam hal impor, terutangnya pajak terjadi pada saat Barang Kena Pajak dimasukkan dan dipungut melalui Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.
- h. Kewajiban untuk pembuatan faktur pajak bagi Pengusaha Kena Pajak yang melakukan penyerahan barang atau jasa kena pajak dan ekspor barang atau jasa kena pajak. Pelaku usaha online wajib melakukan hal ini sesuai dengan ketentuan UU PPnBM.

3. **Ketentuan dalam Undang-Undang Pajak Bea Meterai dan Peraturan Pelaksanaannya**

Bea Meterai menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1985 tentang Bea Meterai yang selanjutnya disebut UU Bea Meterai adalah pajak yang dikenakan atas dokumen. Dokumen yang dimaksud adalah kertas yang berisikan tulisan yang mengandung arti dan maksud tentang perbuatan, keadaan atau kenyataan bagi seseorang atau pihak-pihak yang berkepentingan. Seperti halnya dengan surat berharga, wesel pos. Atas dokumen yang menjadi objek bea meterai harus sudah dibubuhi benda meterai atau pelunasan bea meterai dengan menggunakan cara lain sebelum dokumen itu

digunakan. Pada prinsipnya dokumen yang harus dikenakan meterai adalah dokumen yang menyatakan nilai nominal sampai jumlah tertentu, dokumen yang bersifat perdata dan dokumen yang digunakan di muka pengadilan, antara lain:

- a. Surat perjanjian dan surat-surat lainnya yang dibuat dengan tujuan untuk digunakan sebagai alat pembuktian mengenai perbuatan, kenyataan atau keadaan yang bersifat perdata.
- b. Akta-akta notaris termasuk salinannya.
- c. Akta-akta yang dibuat oleh Pejabat Pembuat Akta Tanah termasuk rangkap-rangkapnya.
- d. Surat yang memuat jumlah uang yaitu yang menyebutkan penerimaan uang, yang menyatakan pembukuan uang atau penyimpanan uang dalam rekening bank, yang berisi saldo pemberitahuan bank, yang berisi pengakuan bahwa utang uang seluruhnya atau sebagian telah dilunasi atau diperhitungkan.
- e. Surat berharga seperti wesel, promes, aksep, dan cek.
- f. Dokumen yang dikenakan Bea Meterai juga terhadap dokumen yang akan digunakan sebagai alat pembuktian di muka pengadilan yaitu surat-surat biasa dan surat-surat kerumahtanggan.

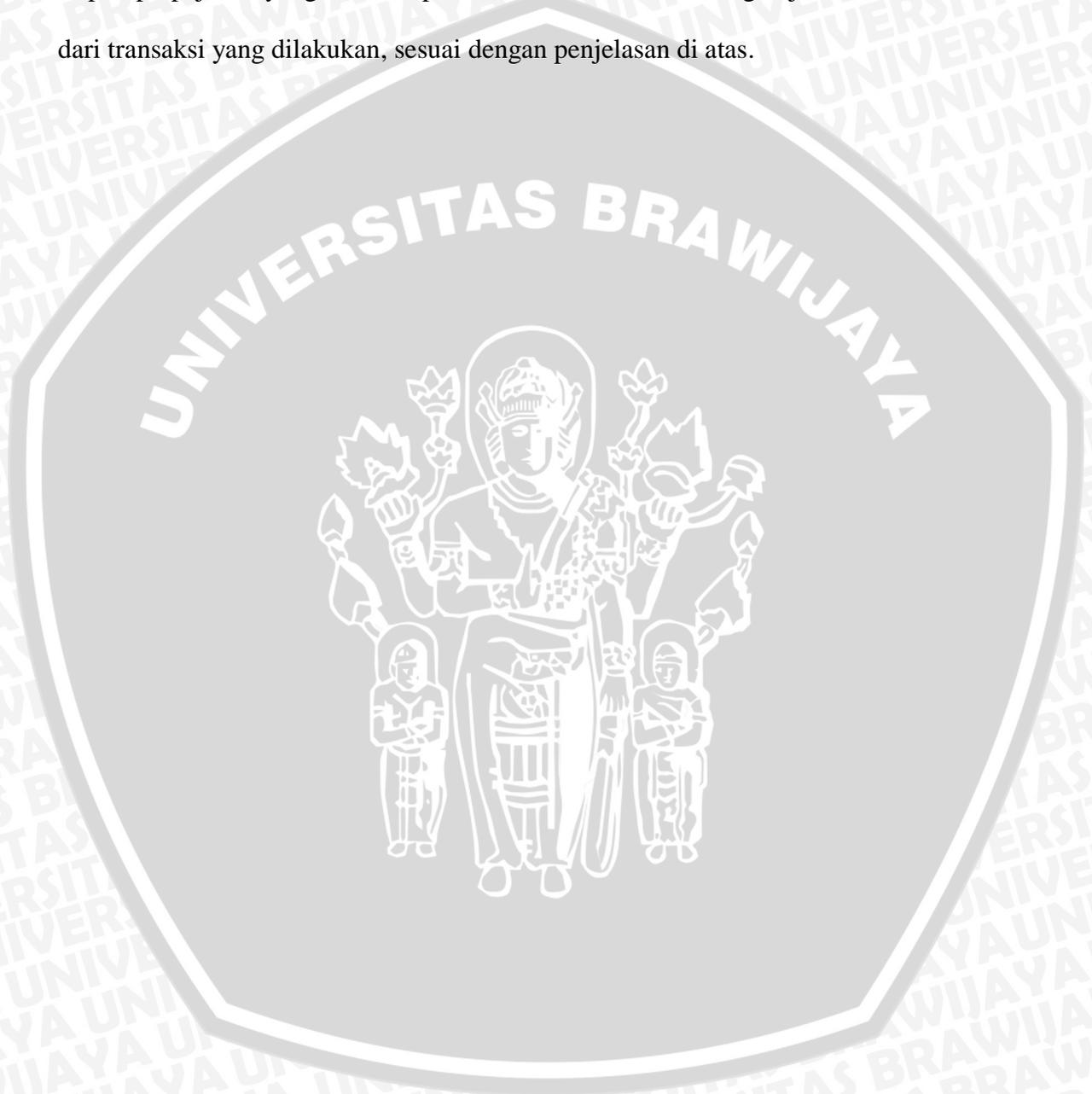
Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2000 tentang Perubahan Tarif Bea Meterai dan Besarnya Batas Pengenaan Harga Nominal yang dikenakan Bea Meterai bahwa untuk tarif Bea Meterai adalah sebagai berikut:

- a. Tarif Bea Meterai Rp. 6.000,00 untuk dokumen surat perjanjian, akta-akta notaris termasuk salinannya, surat berharga seperti wesel, promes, dan aksep selama nominalnya lebih dari Rp. 1.000.000,00 serta dokumen yang digunakan sebagai alat pembuktian di muka pengadilan.
- b. Untuk dokumen yang menyatakan nominal uang dengan batasan sampai Rp. 250.000,00 tidak dikenakan Bea Meterai, nominal antara Rp. 250.000,00 sampai Rp. 1.000.000,00 dikenakan Bea Meterai Rp. 3.000,00, nominal di atas Rp. 1.000.000,00 dikenakan Bea Meterai Rp. 6.000,00.
- c. Cek dan Bilyet Giro dikenakan Bea Meterai dengan tarif sebesar Rp. 3.000,00 sedangkan yang mempunyai harga nominal lebih dari Rp. 1.000.000,00 dikenakan Bea Meterai Rp. 6.000,00.
- d. Efek dengan nama dan dalam bentuk apapun yang mempunyai harga nominal sampai dengan Rp. 1.000.000,00 dikenakan Bea Meterai Rp. 3.000,00 sedangkan yang mempunyai nominal lebih dari Rp. 1.000.000,00 dikenakan Bea Meterai Rp. 6.000,00.
- e. Sekumpulan efek dengan nama dan dalam bentuk apapun yang tercantum dalam surat kolektif yang mempunyai harga nominal sampai dengan Rp. 1.000.000,00 dikenakan Bea Meterai Rp. 3.000,00 sedangkan yang mempunyai nominal lebih dari Rp. 1.000.000,00 dikenakan Bea Meterai Rp. 6.000,00.

Terkait dengan UU Bea Meterai mengenai penandatanganan kontrak maupun atas persetujuan mengenai syarat dan ketentuan pembelian maupun transaksi yang dilakukan di dalam *e-commerce* merupakan dokumen elektronik yang terkena

pajak bea meterai atas kegiatannya. Dalam hal ini, mengingat pada UU ITE tentang dokumen elektronik merupakan bukti hukum yang sah di mata negara.

Aspek perpajakan yang melekat pada Bea Meterai sesuai dengan jumlah nominal dari transaksi yang dilakukan, sesuai dengan penjelasan di atas.



BAB III

METODE PENELITIAN

Proses penelitian yang baik adalah penelitian yang dilakukan untuk mengembangkan atau menggali bagian ilmu tertentu. Sehingga mendapatkan kontribusi pada badan ilmu tersebut dan dapat digunakan sebagai parameter pengembangan ilmu khususnya pada penelitian ini yaitu bidang perpajakan. Penelitian adalah sebuah proses investigasi ilmiah terhadap sebuah masalah yang dilakukan secara terorganisir, sistematis, berdasarkan pada data yang terpercaya. Bersifat kritis dan objektif yang mempunyai tujuan untuk menemukan jawaban atau pemecahan atas satu atau beberapa masalah yang diteliti (Augusty, 2006:1).

Menurut Arikunto (2006) di dalam bukunya ada tiga persyaratan penting dalam mengadakan kegiatan penelitian yaitu:

- a. Sistematis artinya dilaksanakan menurut pola tertentu, dari yang paling sederhana sampai kompleks hingga tercapai tujuan secara efektif dan efisien.
- b. Berencana artinya dilaksanakan dengan adanya unsur dipikirkan langkah-langkah pelaksanaannya.
- c. Mengikuti konsep ilmiah artinya mulai awal sampai akhir kegiatan penelitian mengikuti cara-cara yang sudah ditentukan yaitu prinsip yang digunakan untuk memproleh ilmu pengetahuan.

Metode sendiri adalah prosedur atau cara yang digunakan untuk mengetahui sesuatu hal dengan menerapkan langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis dan tepat. Maka metode penelitian itu sendiri merupakan

susunan cara atau prosedur yang dilakukan secara sistematis untuk menghasilkan suatu gagasan atau temuan baru yang dapat dipertanggungjawabkan dan sebagai parameter untuk kemajuan bidang keilmuan.

A. Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. Penelitian deskriptif melakukan analisis hanya sampai pada taraf secara sistematis sehingga mudah untuk dipahami dan disimpulkan (Saifuddin, 2013:7).

Pendekatan kualitatif menurut Moleong (2004:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut Usman (2009:130) penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menggunakan uraian kata menurut pendapat responden apa adanya dan sesuai dengan pertanyaan penelitian, kemudian dianalisis dengan hal yang melatarbelakangi responden berperilaku (berpikir, berperasaan, dan bertindak).

Pada penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan pengawasan dan penanganan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang. Maka, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

B. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti dapat melihat keadaan yang sesungguhnya terhadap obyek yang diteliti guna mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Peneliti mengambil lokasi penelitian di wilayah kota Malang, Jawa Timur.

Situs penelitian merupakan tempat atau lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat untuk mendapatkan informasi maupun data-data terhadap permasalahan yang diangkat guna menjawab permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Maka situs penelitian dari penelitian ini adalah pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Malang Selatan.

C. Fokus Penelitian

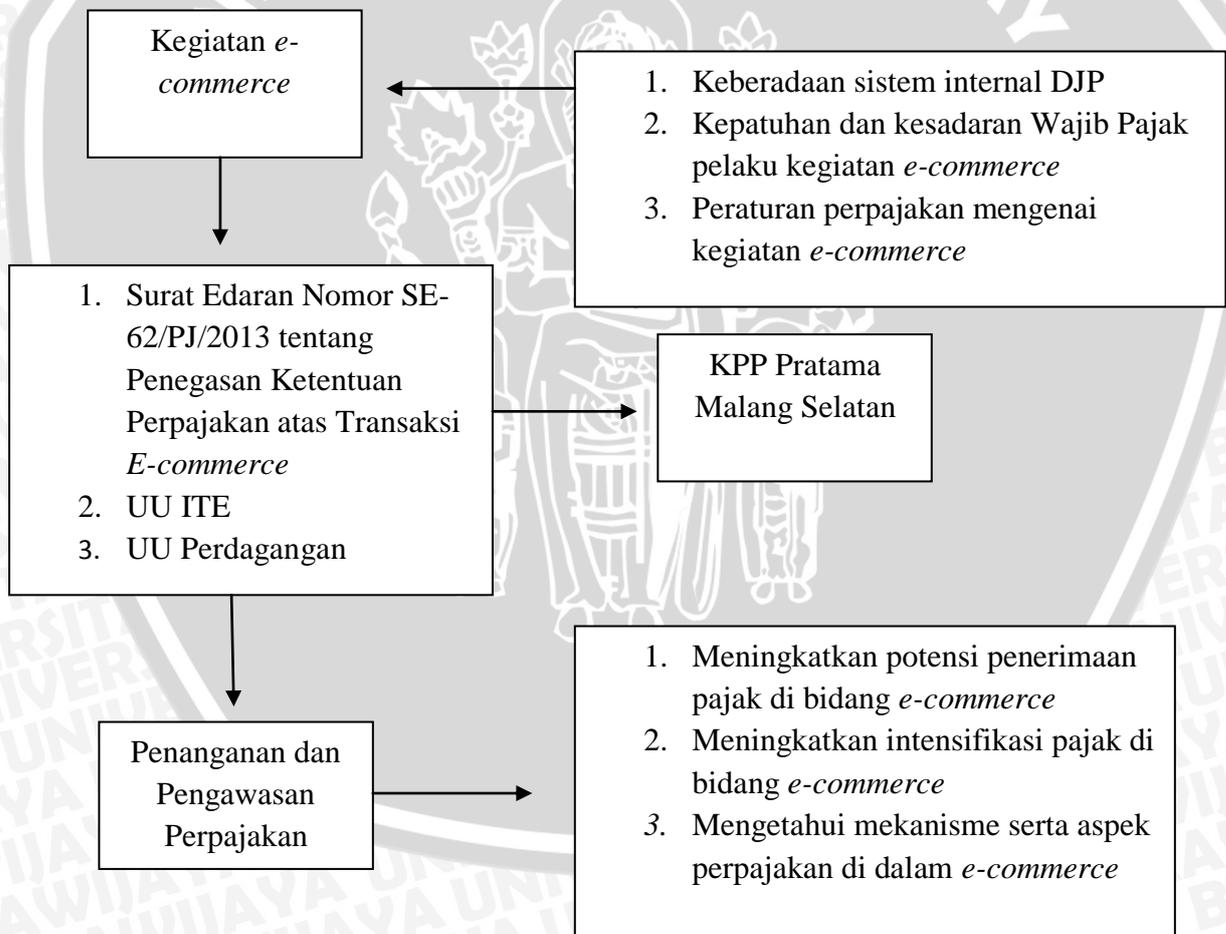
Fokus penelitian dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Di dalam fokus penelitian ini terdapat batasan permasalahan yang digunakan sebagai alat atau rujukan terhadap analisis data pada penelitian.

Penerapan fokus di dalam penelitian ini ditujukan terhadap pengawasan dan penanganan perpajakan di bidang *e-commerce* di wilayah kota Malang. Selanjutnya yang menjadi fokus penelitian pada penelitian ini dan sesuai dengan rumusan masalah serta tujuan penelitian adalah:

1. Perpajakan di dalam transaksi *e-commerce* pada KPP Pratama Malang Selatan, meliputi:
 - a. Mekanisme transaksi *e-commerce* dan aspek perpajakan
 - b. Penerimaan pajak dari sektor usaha online
2. Penanganan dan pengawasan oleh AR dalam rangka intensifikasi pada KPP Pratama Malang Selatan terhadap pelaksanaan perpajakan di bidang *e-commerce*, meliputi:
 - a. Penanganan terhadap pajak di bidang *e-commerce*
 - b. Pengawasan AR
 - c. Keberadaan sistem dan fasilitas pendukung
 - d. Sanksi perpajakan untuk pelaku usaha online
3. Faktor pendukung dan penghambat dalam penanganan dan pengawasan dalam rangka intensifikasi perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang yang meliputi:
 - a. Faktor Pendukung
 1. Adanya Klasifikasi mengenai *E-commerce*
 - b. Faktor Penghambat
 1. Sistem Internal Direktorat Jenderal Pajak
 2. Kepatuhan dan Kesadaran Wajib Pajak Pelaku Usaha Online
 3. Peraturan Perpajakan mengenai Transaksi *E-commerce*

D. Alur Penelitian

Alur pemikiran penelitian, selalu dimulai dari adanya permasalahan atau gejala yang menyuarakan suatu kesenjangan yang dirasakan oleh peneliti. Dengan adanya kesenjangan ini peneliti mencari teori yang tepat untuk mengatasi permasalahan melalui penelitian, yaitu mencari tahu tentang kemungkinan penyebab kondisi yang menjadi permasalahan itu (Suharsimi Arikunto, 2010:13). Alur pemikiran penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 5. Alur Pikir Penelitian Penanganan dan Pengawasan Pajak di Bidang E-commerce

Sumber: Data diolah, 2014

Alur pikir tersebut menggambarkan latar belakang dari permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini yaitu adanya kegiatan *e-commerce* yang memerlukan penanganan serta pengawasan dari DJP karena potensinya yang cukup besar. Didukung dengan Undang-Undang yang telah ada yaitu UU ITE, UU Perdagangan dan Surat Edaran mengenai penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi *e-commerce*. Sebelum mendapatkan hasil dari penelitian dan pembahasan, diperlukan suatu proses pengumpulan data dan selanjutnya dianalisis oleh peneliti untuk mendapatkan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dan memecahkan masalah yang terjadi. Alur kerangka pikir tersebut sebagai rujukan peneliti untuk melakukan penelitian ini.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer atau data utama yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Untuk jenis data pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara terhadap para pegawai pajak atau AR di KPP Pratama Malang Selatan. Serta data sekunder atau data pendamping di dapat melalui dokumen berupa UU PPh, UU PPN dan PPnBM, UU ITE, UU Perdagangan, dan Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian (Sugiyono: 2010,401). Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan :

- a. Wawancara secara mendalam, wawancara ini dilakukan sesuai dengan prosedur wawancara yang ada. Wawancara dilakukan terhadap para pegawai pajak atau AR di KPP Pratama Malang Selatan.
- b. Melakukan observasi secara langsung. Kegiatan ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada kondisi KPP Pratama Malang Selatan, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas terhadap obyek penelitian yang diteliti.
- c. Dokumentasi, dilakukan guna merekam dan mengumpulkan, mempelajari, mencatat atau membuat salinan dari berbagai laporan dokumen atau arsip-arsip yang berhubungan dengan objek penelitian.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan hal yang penting guna menunjang proses penelitian di lapangan. Di dalam instrumen penelitian ini akan menentukan keberhasilan peneliti dalam penelitiannya. Maka instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, menurut Sugiyono (2010:398) adalah sebagai berikut:

1. Peneliti Sendiri

Peneliti merupakan instrumen penelitian paling utama dan terpenting. Hal tersebut karena jenis penelitian ini adalah kualitatif, dimana peran peneliti adalah

sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, dan menjadi pelapor pada hasil kegiatannya. Peneliti harus masuk menjadi salah satu alat penelitian.

2. Pedoman Wawancara (*Interview Guide*)

Pedoman wawancara digunakan sebagai panduan atau pedoman dalam melakukan kegiatan tanya jawab yang memuat daftar pertanyaan tentang masalah penelitian yang diangkat. Hal tersebut harus saling berkaitan. Wawancara dilakukan terhadap informan atau narasumber yang dapat dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian dan menjawab permasalahan yang sesuai dengan judul penelitian, sehingga menghasilkan kesimpulan yang baik.

3. Catatan Lapangan (*Field Note*)

Catatan lapangan merupakan tulisan maupun data-data yang dapat dijadikan pedoman dalam menganalisis permasalahan dan menemukan hasil atau solusi terhadap penelitian ini. Catatan lapangan dapat berupa buku catatan, dokumen, arsip-arsip penting maupun data pendukung lainnya atau data-data yang berada pada lokasi penelitian.

H. Analisis Data

Analisis adalah mengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi, serta meningkatkan data sehingga mudah untuk dibaca (Nazir, 2005:358). Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan di lapangan selama penelitian berlangsung, dan dokumentasi. Hal itu dilakukan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori yang telah dibuat

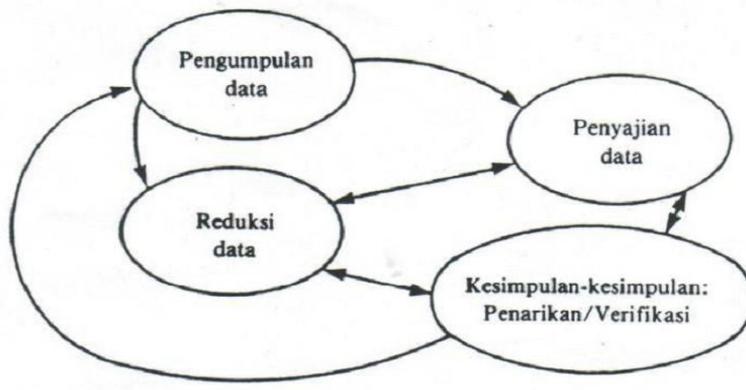
sebelumnya, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari serta membuat kesimpulan yang mudah dipahami oleh orang lain.

Miles dan Huberman (1992), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Menurut Toha (2009: 6.18), analisis data kualitatif mencakup kegiatan-kegiatan seperti di bawah ini:

- a. Analisis temuan yang terus-menerus di lapangan, khususnya untuk masalah yang diteliti dan juga dalam keseluruhan fenomena yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian
- b. Pengelompokan dan pengorganisasian data, sesegera mungkin setelah data diperoleh sehingga dapat membantu dalam memahami pola permasalahan yang diteliti.
- c. Evaluasi kualitatif tentang validitas atau kepercayaan data yang terus-menerus.

Selanjutnya, untuk tahapan dalam analisa data di lapangan yang dilakukan untuk penelitian ini adalah menurut model Miles dan Huberman. Berikut adalah gambar tahapan analisis data model Interaktif oleh Miles dan Huberman.



Gambar 6. Proses Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman

Sumber: Miles and Michael A. Huberman, 1992

Berdasarkan gambar di atas dapat dibuat proses dalam analisis data *interactive model* diantaranya (Sugiyono: 2009, 246-249):

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya, serta membuang yang tidak perlu. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama pada penelitian kualitatif adalah pada temuan.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Dengan proses penyajian data, maka akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami sebelumnya. Penyajian data berupa bagan, tabel atau *flowchart*. Selain itu penyajian data juga dapat berupa teks naratif untuk menjelaskan hal-hal yang berasal dari pereduksian data

c. *Conclusion Drawing/Verification*

Tahap terakhir adalah *conclusion drawing*. Menurut Miles dan Huberman tahap terakhir ini merupakan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dilakukan awal masih bersifat sementara, dan dapat berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

I. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif standar pada derajat kepercayaan dan kebenaran dari hasil penelitian dilakukan adanya keabsahan data. Dalam menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sifat kriteria yang digunakan, yaitu: derajat kepercayaan, kepastian, kebergantungan, dan kepastian (Moleong, 2007:326). Hal tersebut dapat dilihat dari tabel teknik pemeriksaan data di bawah ini:

Tabel 2. Teknik Pemeriksaan Data Kualitatif

KRITERIA	TEKNIK PEMERIKSAAN
Kreadibilitas (derajat kepercayaan)	1) Perpanjangan keikut-sertaan 2) Ketekunan pengamatan 3) Triangulasi 4) Pengecekan sejawat 5) Kecukupan referensi 6) Kajian khusus negatif 7) Pengecekan anggota
Kepastian	8) Uraian rinci
Kebergantungan	9) Audit kebergantungan
Kepastian	10) Audit kepastian

Sumber: Moleong, 2007

Keabsahan data yang digunakan oleh peneliti yaitu kreadibilitas (derajat kepercayaan), disini peneliti akan melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan kepercayaan dari hasil penelitian dengan cara sebagai berikut (Moleong, 2007:327):

- 1) Perpanjangan keikutsertaan. Sebagaimana sudah dikemukakan, peneliti dalam penelitian kualitatif adalah instrumen itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan pada latar penelitian.
- 2) Ketekunan pengamatan bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.
- 3) Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik Triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Selain itu juga akan dilakukan pengecekan apakah data yang dihasilkan dari tiap metode pengumpulan data hasilnya sama. Selanjutnya, data hasil penelitian akan dibandingkan dengan teori-teori yang ada sesuai dengan penelitian ini.
- 4) Pemeriksaan sejawat, teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam

bidang yang dipersoalkan seperti di dalam penelitian ini adalah mengenai perpajakan untuk *e-commerce*. Sehingga, peneliti dapat melakukan analisa ulang terhadap persoalan yang dipermasalahkan.

- 5) Kecukupan referensial, yang dimaksud dengan kecukupan referensial disini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Sebagai contoh, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara, dan gambaran suatu keadaan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum KPP Pratama Malang Selatan

a. Sejarah KPP Pratama Malang Selatan

KPP Pratama Malang Selatan merupakan sebuah kantor yang pada awalnya adalah Kantor Pelayanan Induk yaitu KPP Malang. Kantor tersebut berada di bawah penanganannya dari Departemen Keuangan Republik Indonesia. Kantor Pelayanan Induk didasarkan pada pembagian kantor pajak yang sesuai dengan jenis pajak yang harus dibayar, jadi Wajib Pajak melakukan pembayaran pajak dan dilayani oleh kantor yang sesuai dengan pembayaran jenis pajaknya.

Tahun 2007 terjadi perombakan pada struktur kantor pajak di seluruh Indonesia. Perombakan tersebut terjadi pada pembagian KPP yang ada. Bermula pada pembagian secara jenis pajak yang akan dibayarkan oleh Wajib Pajak menjadi pembagian yang didasarkan pada Wajib Pajak dan wilayah kerjanya.

Pada saat ini atas pembagian tersebut menjadi dua jenis kantor pajak, yaitu KPP Madya dan KPP Pratama. KPP Madya melakukan penanganan atas Wajib Pajak yang berpotensi besar pada penerimaan pajaknya atau dapat dikatakan sebagai 200 pembayar pajak terbesar di wilayahnya. Sedangkan untuk Kantor Pajak Pratama melakukan penanganan pajak terhadap Wajib

Pajak biasa. Berdasarkan pembagian tersebut setiap KPP memiliki daerah kerja masing-masing yang sesuai dengan pembagian atas Kantor Wilayah DJP.

Upaya untuk menghasilkan sistem pelayanan pajak yang baik dan sesuai dengan visi serta misi dari DJP, maka pembentukan dari KPP Pratama Malang Selatan dan KPP Pratama lainnya diresmikan pada tanggal 4 Desember 2007. KPP Pratama Malang Selatan berada di bawah naungan dari Kantor Wilayah Jawa Timur III. Peresmian tersebut dilakukan guna pembagian wilayah kerja yang sesuai dengan lokasi KPP Pratama di Malang.

KPP Malang Selatan merupakan pecahan dari KPP Induk. KPP Induk tersebut berdasarkan pada pembagian wilayah kerja di Kabupaten maupun Kota Malang. Saat ini atas pembagian tersebut terdapat pemecahan yang menghasilkan KPP Pratama Malang Selatan, KPP Pratama Malang Utara, KPP Pratama Singosari, dan KPP Pratama Kepanjen. Untuk KPP wilayah Kabupaten Malang terdapat KPP Pratama Kepanjen untuk wilayah penanganan bagian selatan, sedangkan KPP Pratama Singosari untuk wilayah penanganan Kabupaten Malang bagian utara.

Pada pembagian KPP wilayah kota Malang terdapat dua KPP Pratama yang dipisah berdasarkan wilayah kerjanya. KPP Pratama Malang Selatan dan KPP Pratama Malang Utara. Atas pembagian wilayah kerja tersebut, berikut wilayah kerja dari masing-masing KPP Pratama wilayah kota Malang.

- 1) KPP Pratama Malang Selatan: Kecamatan Klojen, Sukun, dan Kedungkandang.
- 2) KPP Pratama Malang Utara: Kecamatan Lowokwaru.



Gambar 7. Peta Wilayah Perpajakan KPP Pratama Malang Selatan

Sumber: KPP Pratama Malang Selatan

Batas wilayah Administrasi dari KPP Pratama Malang Selatan adalah sebagai berikut:

- 1) Sebelah Utara: Kecamatan Belimbing, Kecamatan Lowokwaru, dan Kecamatan Pakis.
- 2) Sebelah Timur: Kecamatan Tajinan (wilayah kabupaten Malang).
- 3) Sebelah Selatan: Kecamatan Pakisaji (wilayah kabupaten Malang).
- 4) Sebelah Barat: Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau (wilayah kabupaten Malang).

KPP Pratama Malang Selatan merupakan salah satu bagian dari KPP yang modern. Dimana pada KPP Malang Selatan telah menggabungkan pelayanan pada PPH, PPN dan pemeriksaan pajak pada satu kantor, sehingga dapat memudahkan para Wajib Pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya.

Selain itu KPP Malang Selatan juga berusaha untuk selalu meningkatkan pelayanan perpajakan bagi para Wajib Pajak. Kantor ini merupakan bagian dari Kantor DJP Jawa Timur III di kota Malang.

b. Lokasi KPP Pratama Malang Selatan

Lokasi dari KPP Pratama Malang Selatan berada di Jalan Merdeka Utara No.3 Malang. Gedung yang menjadi kantor dari KPP Pratama Malang Selatan merupakan bekas dari gedung KPP Induk. Letak dari Kantor ini sangat strategis karena berada di tengah kota Malang, tepatnya berada di depan Alun-alun kota Malang.

c. Visi dan Misi KPP Pratama Malang Selatan

KPP Pratama Malang Selatan memiliki visi dan misi yang sesuai dengan fokus utama dari DJP, yaitu memberikan pelayanan serta pemenuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak di Indonesia secara baik. Adapun visi dan misi dari KPP Pratama Malang Selatan adalah:

1) Visi

Menjadi institusi pemerintah yang menyelenggarakan sistem administrasi perpajakan modern yang efektif, efisien, dan dipercaya masyarakat dengan integritas dan profesionalisme yang tinggi.

2) Misi

Menghimpun penerimaan pajak negara berdasarkan Undang-undang perpajakan yang mampu mewujudkan kemandirian pembiayaan anggaran pendapatan dan belanja negara melalui sistem administrasi perpajakan yang efektif dan efisien.

2. Profil KPP Pratama Malang Selatan

a. Tugas dan Fungsi KPP Pratama Malang Selatan

KPP Pratama Malang Selatan memiliki tugas dan fungsi untuk melakukan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan kepada Wajib Pajak. Kegiatan tersebut dilakukan di bidang PPh, PPN, PPnBM dalam wilayah wewenang dari KPP Pratama Malang Selatan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Di dalam melakukan tugasnya sebagai KPP Pratama Malang Selatan menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

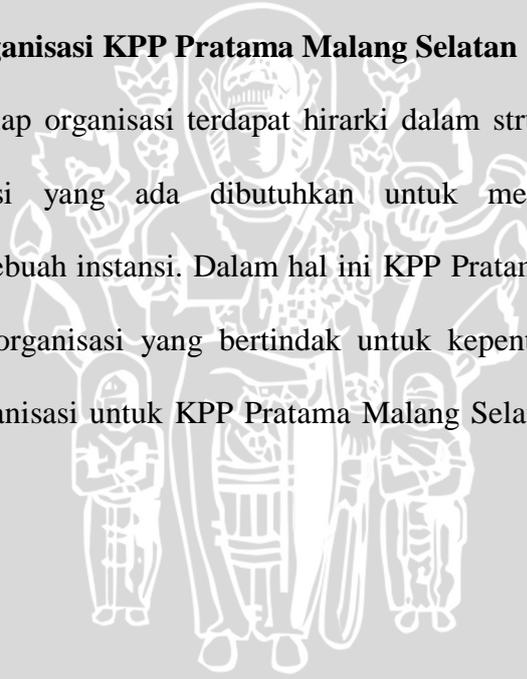
1. Penelitian, pengawasan dan penantausahaan Surat Pemberitahuan Tahunan, Surat Pemberitahuan Masa serta berkas dari Wajib Pajak lainnya.
2. Penelitian, pengawasan dan penatausahaan pembayaran masa dan PPh, PPN, PPnBM.
3. Penyajian informasi, dan pengolahan data perpajakan.
4. Ekstensifikasi dan penggalian potensi Wajib Pajak.
5. Penatausahaan penerimaan pajak, piutang pajak, dan penagihan.
6. Penatausahaan penyelesaian keberatan, banding, restitusi PPh, PPN, PPnBM.

KPP Pratama Malang Selatan juga memiliki tujuan dalam pelaksanaan perpajakannya, antara lain:

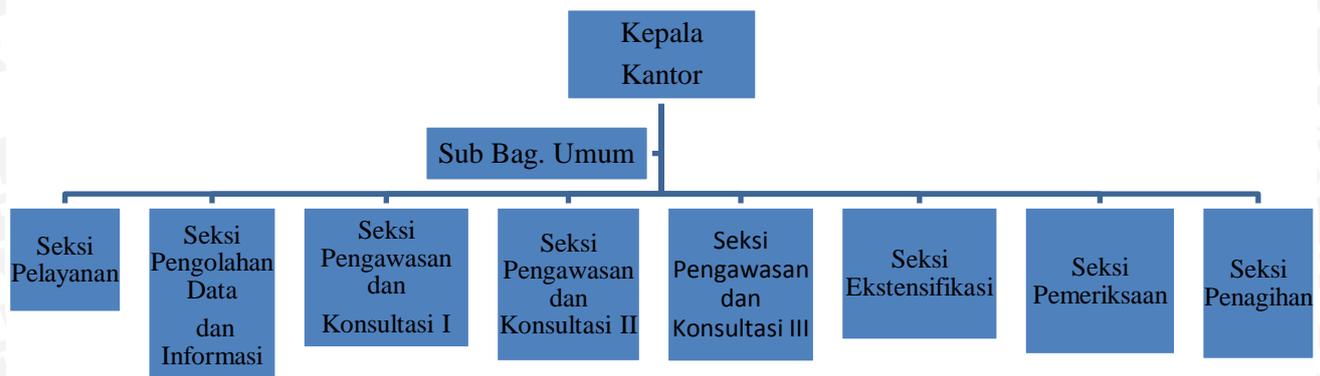
1. Meningkatkan pelayanan terhadap para Wajib Pajak dengan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat memudahkan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban dan hak perpajakannya.
2. Melaksanakan modernisasi administrasi perpajakan.
3. Meningkatkan citra DJP.
4. Memudahkan dalam melakukan pengawasan untuk pelaksanaan tugas yang berkaitan di bidang perpajakan.
5. Meningkatkan pengawasan terhadap Wajib Pajak secara individual.

b. Susunan Organisasi KPP Pratama Malang Selatan

Di dalam setiap organisasi terdapat hirarki dalam struktur yang dibuat. Susunan organisasi yang ada dibutuhkan untuk memudahkan dalam pengorganisasian sebuah instansi. Dalam hal ini KPP Pratama Malang Selatan berfungsi sebagai organisasi yang bertindak untuk kepentingan perpajakan. Maka, struktur organisasi untuk KPP Pratama Malang Selatan adalah sebagai berikut:



Gambar Struktur Organisasi KPP Pratama Malang Selatan



Gambar 8. Struktur Organisasi KPP Pratama Malang Selatan

Sumber: KPP Pratama Malang Selatan, 2013

Dari struktur organisasi di atas, terdapat tugas dan fungsi masing-masing jabatan maupun seksi. Deskripsi tugas dan fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kepala Kantor

- a. Menetapkan rencana pengamanan penerimaan pajak berdasarkan potensi pajak, perkembangan kegiatan ekonomi keuangan serta realisasi penerimaan pajak tahun sebelumnya.
- b. Menetapkan rencana pencarian data strategis dan potensi dalam rangka intensifikasi/ekstensifikasi perpajakan.
- c. Menjamin pelaksanaan pencarian data dan pengolahan data yang strategis dan potensial dalam rangka intensifikasi/ekstensifikasi perpajakan.
- d. Menjamin terlaksananya pengolahan data Wajib Pajak guna menyajikan informasi perpajakan yang dapat dimanfaatkan.
- e. Menetapkan penyusunan monografi perpajakan.

- f. Menjamin terlaksananya pemantauan pelaporan dan pembayaran masa dan tahunan PPh, dan pembayaran masa PPN dan PPnBM, serta pembayaran PBB dan BPHTB untuk mengetahui tingkat kepatuhan Wajib Pajak serta melaksanakan pemeriksaan pajak.
- g. Menjamin pelaksanaan penelitian Surat Pemberitahuan Tahunan yang disampaikan melampaui batas waktu dan penelitian sehubungan dengan Surat Pemberitahuan Tahunan yang tidak disampaikan.
- h. Menetapkan Surat Ketetapan Pajak berdasarkan laporan pemeriksaan pajak (pemeriksaan lengkap dan pemeriksaan pajak sederhana lapangan atau kantor) dan daftar Wajib Pajak yang akan diterbitkan Surat Ketetapan Pajak guna memberikan kepastian atas besarnya pajak yang terutang.
- i. Menetapkan surat himbauan kepada Wajib Pajak berdasarkan hasil penelitian formal/penelitian material atas SPT Tahunan PPh, SPT Masa PPh, SPT Masa PPN atau PPnBM, SPPT atau STTS PBB, dan SSB.

2. Seksi Sub Bagian Umum

- a. Melaksanakan pengurusan surat masuk KPP yang bukan dari Wajib Pajak.
- b. Melaksanakan pengurusan surat keluar dari lingkungan Kantor Pelayanan Pajak.
- c. Melaksanakan pemrosesan berkas atau arsip umum (non Wajib

Pajak).

- d. Melaksanakan penyusutan arsip yang tidak mempunyai nilai guna atau telah memenuhi jadwal retensi arsip.
- e. Membimbing pelaksanaan tugas tata usaha kepegawaian.
- f. Melaksanakan DUPAK pejabat fungsional.
- g. Melaksanakan penerimaan DIPA dari kantor wilayah atau kantor pusat.
- h. Melaksanakan pembuatan daftar perencanaan pembiayaan berdasarkan dana yang tersedia dalam DIPA dan data kebutuhan dari sub bagian umum dan seksi-seksi di lingkungan Kantor Pelayanan Pajak.

3. Seksi Pengolahan Data dan Informasi

- a. Menyusun estimasi penerimaan pajak berdasarkan potensi pajak, perkembangan ekonomi dan keuangan.
- b. Melaksanakan pengumpulan dan pengolahan data.
- c. Melaksanakan pelayanan peminjaman data dan penyaluran informasi dalam rangka pemanfaatan data perpajakan.
- d. Melaksanakan perekaman dan validasi dokumen perpajakan.
- e. Melaksanakan perbaikan (*updating*) data.
- f. Melaksanakan urusan tata usaha penerimaan perpajakan.
- g. Melaksanakan pelaksanaan dukungan teknis pemanfaatan aplikasi *e-SPT* dan *e-filling*.

- h. Melaksanakan kegiatan teknis operasional komputer, pemeliharaan *basis data*, *back up data*, *transfer data* dan *recovery data*, perangkat lunak, perangkat keras, dan jaringan komputer di lingkungan Kantor Pelayanan Pajak.
- i. Melaksanakan penyajian informasi perpajakan.
- j. Menyusun konsep Renstra, RKT, PK dan LAKIP KPP sebagai bahan masukan untuk penyusunan Renstra, RKT, PK, dan LAKIP Kantor Wilayah.

4. Seksi Pelayanan

- a. Melaksanakan penerimaan dan penatausahaan surat-surat permohonan dari Wajib Pajak dan surat lainnya.
- b. Melaksanakan penyelesaian registrasi Wajib Pajak, Objek Pajak, dan atau pengukuhan PKP.
- c. Melaksanakan penerbitan surat penghapusan NPWP atau pencabutan pengukuhan PKP, serta pembatalan atau pembetulan STP, SKPKB, SKPKBT, SKPLB, SKPN, SKKPP, Pbk, SKB, SPMKP, SPMIB, SPPT, DHKP, DHR, SKP PBB.
- d. Melaksanakan penerbitan surat keputusan pembetulan produk hukum KPP.
- e. Melaksanakan penyelesaian proses permohonan Wajib Pajak untuk pindah ke KPP baru, baik domisili atau status maupun kewajiban perpajakan lainnya.

- f. Melaksanakan penyelesaian proses permohonan Wajib Pajak untuk pindah dari KPPlama, baik domisili / status maupun kewajiban perpajakan lainnya.
- g. Melaksanakan persiapan pengambilan formulir SPT Tahunan PPh oleh Wajib Pajak dan penatausahaan SPT Tahunan yang telah diterima kembali serta penyediaan SPOP dan SSB dalam rangka pengawasan kepatuhan Wajib Pajak.

5. Seksi Penagihan

- a. Menyusun penyesuaian rencana kerja tahunan seksi penagihan.
- b. Melaksanakan penatausahaan SKPKB/ SKPKBT/ STP/ STB beserta lampirannya dan surat pembayaran pajak (SSP/ STTS/ SSB) beserta bukti.
- c. Pemindahbukuan dalam rangka pengawasan tunggakan dan pelunasan pajak.
- d. Menyusun konsep surat keputusan angsuran/ penundaan pembayaran pajak dalam rangka memberikan pelayanan kepada Wajib Pajak.
- e. Meneliti penerbitan konsep surat teguran, surat paksa, surat perintah melakukan penyitaan dan surat permintaan pemblokiran kepada pimpinan bank tempat kekayaan penanggung pajak tersimpan dalam rangka pencairan tunggakan pajak.
- f. Meneliti pembuatan permintaan jadwal waktu dan tempat lelang ke kantor pelayanan piutang dan lelang negara sebagai dasar pelaksanaan lelang harta milik atau kekayaan penanggung pajak.

- g. Meneliti pembuatan surat pemberitahuan lelang kepada Wajib Pajak serta media massa dalam rangka informasi lelang harta Wajib Pajak.
- h. Meneliti pembuatan surat pencabutan sita atau pemblokiran dan pembatalan lelang harta Wajib Pajak dalam hal Wajib Pajak telah melunasi biaya penagihan dan utang pajaknya dan atau karena putusan pengadilan.
- i. Meneliti penerbitan surat perintah penagihan seketika dan sekaligus terhadap Wajib Pajak tertentu dalam rangka pengamanan penerimaan pajak.

6. Seksi Pemeriksaan

- a. Melakukan penyesuaian rencana pemeriksaan pajak agar pelaksanaan tugas dapat berjalan lancar.
- b. Menyusun daftar nominatif dan/ atau lembar penugasan pemeriksaan Wajib Pajak yang akan diperiksa.
- c. Membuat usulan pembatalan daftar nominatif dan/ lembar penugasan pemeriksaan (LP2) Wajib Pajak yang akan diperiksa.
- d. Menerbitkan dan menyalurkan surat perintah pemeriksaan pajak (SP3), surat pemberitahuan pemeriksaan pajak dan surat pemanggilan pemeriksaan pajak.
- e. Mengajukan permohonan perpanjangan jangka waktu penyelesaian pemeriksaan.
- f. Mengajukan usulan permohonan perluasan pemeriksaan.
- g. Melakukan pengawasan pelaksanaan jadwal pemeriksaan sesuai

dengan rencana yang ditetapkan.

- h. Melakukan pengawasan pelaksanaan ketentuan administrasi pemeriksaan.
- i. Melaksanakan penelitian permohonan Surat Pemberitahuan (SPT) Lebih Bayar (LB) Wajib Pajak patuh.
- j. Melaksanakan administrasi pemeriksaan perpajakan lainnya.

7. Seksi Waskon (Pengawasan dan Konsultasi)

- a. Meneliti estimasi penerimaan pajak berdasarkan potensi pajak, perkembangan ekonomi dan keuangan.
- b. Meneliti pengawasan kepatuhan formal Wajib Pajak serta penelitian dan analisa kepatuhan material Wajib Pajak atas pemenuhan kewajiban perpajakannya.
- c. Meneliti pelaksanaan bimbingan atau himbauan mengenai ketentuan perpajakan serta konsultasi teknis perpajakan kepada Wajib Pajak.
- d. Menetapkan pembuatan atau pemutakhiran profil Wajib Pajak serta usul rencana kunjungan kerja ke lokasi Wajib Pajak dalam rangka pengawasan dan pemutakhiran data Wajib Pajak.
- e. Meneliti pelaksanaan rekonsiliasi data Wajib Pajak (*data matching*).
- f. Meneliti konsep surat pemberitahuan perubahan besarnya angsuran PPh pasal 25 berdasarkan data yang diterima sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- g. Meneliti konsep penelitian pembebasan/ pengurangan pembayaran angsuran PPh pasal 25.

- h. Meneliti konsep penerbitan surat keterangan bebas pemotongan/ pemungutan PPh dan pemungutan PPN.
- i. Meneliti nota penghitungan dalam rangka penerbitan Surat Tagihan Pajak (tidak termasuk STP bunga penagihan) pasal 7, pasal 8 ayat (2), pasal 9 ayat (2a), pasal 14 ayat (3), dan pasal 19 ayat (3).
- j. Mengkoordinasikan penerbitan Surat Tagihan Pajak (tidak termasuk STP Bunga penagihan) pasal 7, pasal 8 ayat (2), pasal 9 ayat (2a), pasal 14 ayat (3), dan pasal 19 ayat (3).

8. Seksi Ekstensifikasi Perpajakan

- a. Menyusun konsep rencana kerja pendataan (pembentukan dan pemeliharaan basis data) obyek dan subyek pajak.
- b. Melaksanakan pendataan dan menatausahakan hasil pendataan (pembentukan dan/ atau pemeliharaan basis data) obyek dan subyek pajak.
- c. Menyusun konsep surat teguran dan surat penundaan pengembalian SPOP.
- d. Menyusun konsep laporan analisis indikasi nilai pasar *property* untuk pembentukan bank data nilai pasar *property* serta laporan analisis upah pekerja dan harga bahan bangunan untuk penyusunan Data Biaya Komponen Bangunan (DBKB).
- e. Menyusun konsep rencana kerja penilaian (massal dan/ atau individual) obyek pajak.

- f. Melaksanakan dan menatausahakan hasil penilaian massal dan individual objek pajak.
- g. Menyusun konsep laporan penilaian kembali (kaji ulang) objek pajak dalam rangka keberatan.
- h. Menyusun konsep surat Keputusan Menteri Keuangan tentang klasifikasi Nilai Jual Objek Pajak (NJOP) bumi dan bangunan, NJOPTKP (nilai jual objek pajak tidak kena pajak), dan NPOPTKP (nilai perolehan objek pajak tidak kena pajak).
- i. Melaksanakan pengamatan dan pencarian data potensi perpajakan berdasarkan rencana kerja ekstensifikasi dan instruksi instansi vertikal.
- j. Menyusun konsep monografi perpajakan.

B. Penyajian Data

1. Perpajakan di dalam transaksi *e-commerce* pada KPP Pratama Malang Selatan

a) Mekanisme transaksi *e-commerce* dan aspek perpajakan

Pihak DJP dalam mengadakan pengawasan serta penanganan terhadap perpajakan di bidang *e-commerce* memerlukan langkah yang tepat di dalam penerapannya. Hal tersebut karena pada subjek dan objek pajak adalah pihak-pihak yang terlibat di dalam dunia maya yang secara fisik sulit untuk ditemukan. Kegiatan *e-commerce* sendiri merupakan kegiatan perdagangan yang menggunakan jaringan elektronik. Para pelakunya tidak dapat

diidentifikasi langsung secara fisik, karena kegiatannya yang berada di dunia maya.

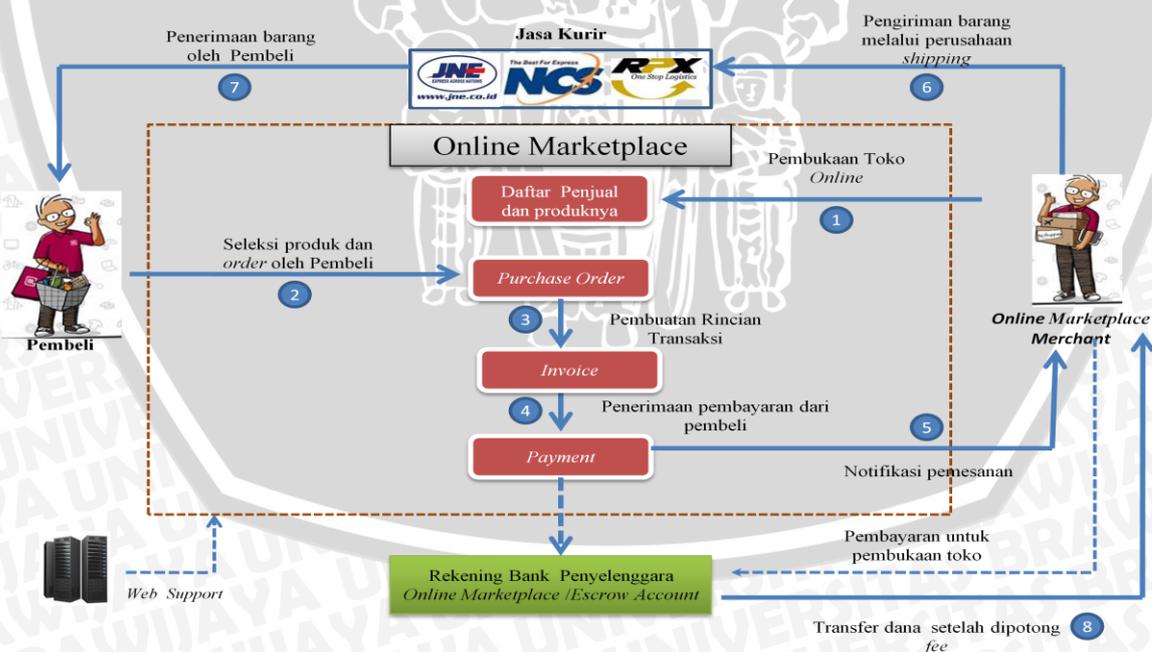
Dari sana terlihat bahwasanya masih perlu adanya pengawasan serta penanganan yang dilakukan dalam aspek perpajakan di bidang *e-commerce*. Permasalahan yang terjadi adalah terletak pada siapa subjek dan apa objek pajak yang melekat pada transaksi ini. Diperlukan pemahaman yang lebih terkait mekanisme serta aspek perpajakan yang melekat untuk kegiatan *e-commerce* ini. Data-data laporan keuangan yang terjadi di dalam suatu objek perpajakan menjadi penanganan yang mendapatkan sedikit kesulitan dalam hal pengenaan perpajakan. Di dalam *e-commerce* tidak ada perbedaan dengan transaksi perdagangan secara konvensional, hanya saja karena transaksi yang digunakan melalui media elektronik, maka menjadi hal yang penting dalam penegasan aspek perpajakannya.

Sesuai dengan Surat Edaran DJP Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*, disana telah dijelaskan bahwasanya perlu adanya pengoptimalan dalam potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce*. Secara garis besar, karena model transaksi yang cukup sederhana serta kegiatan yang dapat dilakukan dimana saja, maka transaksi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelakunya. Dalam penanganan yang telah dilakukan oleh pihak DJP terdapat empat model transaksi *e-commerce* beserta aspek perpajakannya. Keempat model transaksi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Online Marketplace

Transaksi model ini merupakan kegiatan untuk menyediakan tempat usaha di Mal Internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* (penjual) dalam hal menjual barang atau jasa kepada pembeli yang bertransaksi melalui Mal Internet. Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi model ini adalah penyelenggara *Online Marketplace*, *Online Marketplace Merchant* (penjual), dan Pembeli.

Terdapat skema proses bisnis dalam transaksi model *Online Marketplace*. Skema transaksi ini dimaksudkan agar dapat diketahui hal-hal yang berkaitan dengan aspek perpajakannya. Dari mulai pembeli melakukan transaksi kepada Penyelenggara *Online Marketplace*, barang atau jasa yang akan dibeli, sampai pada pembeli melakukan pembayaran atas transaksinya.



Gambar 9. Skema Transaksi *E-commerce Online Marketplace*

Sumber: Direktorat Transformasi Proses Bisnis, 2013.



Keterangan gambar:**a) Pelaku Transaksi:**

- Penyelenggara *Online Marketplace*
- *Online Marketplace Merchant* (Penjual)
- Pembeli

b) Purchase Order (Order Pembelian)**c) Invoice (Bukti Pembayaran)**

d) Web Support: Seluruh transaksi yang terjadi di dalam *e-commerce Online Marketplace* dilakukan secara *online* atau menggunakan jaringan media elektronik.

e) Contoh perusahaan *shipping*:

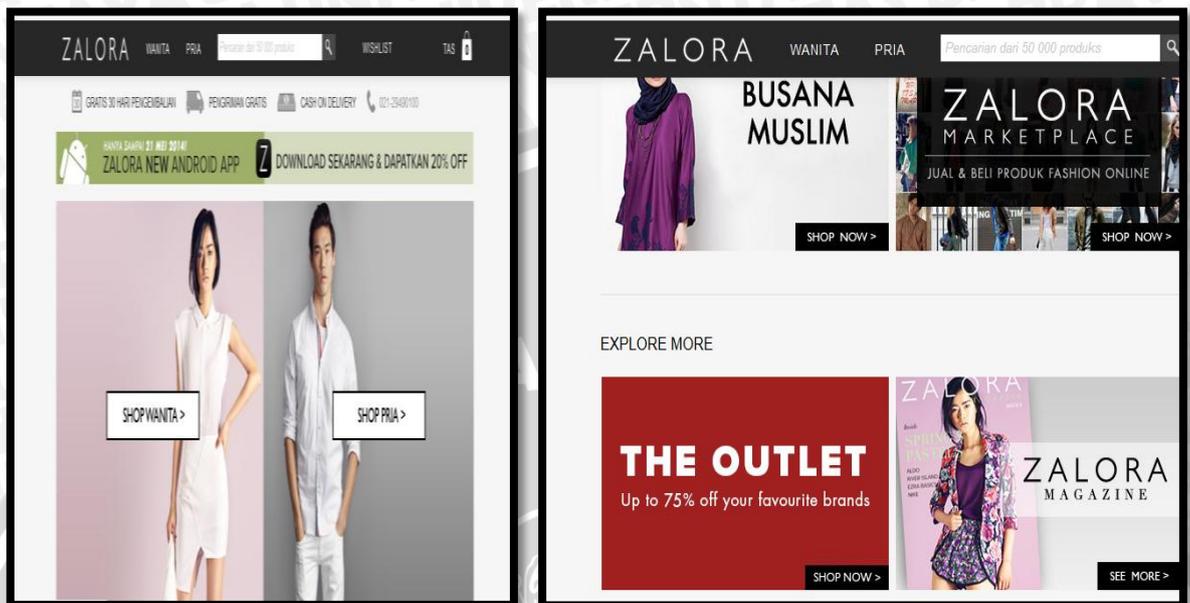
- JNE
- NCS
- RPX

Proses transaksi *e-commerce Online Marketplace*

1. Pendaftaran produk dan melakukan persetujuan antar kedua belah pihak antara *Online Marketplace Merchant* (Penjual) dengan penyelenggara *Online Marketplace*.
2. Pembeli melakukan seleksi produk dan melakukan *Purchase Order* (Pemesanan Barang).
3. Penyelenggara *Online Marketplace* membuat *invoice* (Rincian Transaksi) atas produk yang dibeli oleh pembeli.

4. Penerimaan pembayaran dari pembeli. Pembayaran dapat dilakukan dengan metode *transfer*, *internet banking*, *credit card* dan lain-lain. Rekening bank yang dipakai adalah rekening Penyelenggara *Online Marketplace*.
5. Notifikasi pemesanan oleh *Online Marketplace Merchant* (Penjual). Notifikasi bertujuan untuk memberitahukan kepada *Online Marketplace Merchant* (Penjual) tentang adanya pemesanan barang atau jasa. Notifikasi dilakukan oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* (Penjual).
6. *Online Marketplace Merchant* melakukan pengiriman produk melalui perusahaan *shipping*.
7. Penerimaan produk oleh pembeli.
8. Pihak Penyelenggara *Online Marketplace* melakukan transfer dana kepada *Online Marketplace Merchant* (Penjual) setelah dilakukan pemotongan *fee* (imbalan atas jasa penyediaan tempat atau waktu di Mal Internet untuk memajang *content* dari *Online Marketplace Merchant* atau Penjual).

Contoh *Online Marketplace*



Gambar 10. Situs yang menggunakan model transaksi *Online Marketplace*

Sumber: <http://www.zalora.co.id/women/>, 2014.

2. *Classified Ads*

Model transaksi ini adalah kegiatan untuk menyediakan tempat atau waktu guna memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi dan lain-lain) berupa barang atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi model ini adalah Penyelenggara *Classified Ads*, Pengiklan, dan Pengguna Iklan.

Terdapat skema proses bisnis dalam transaksi model *Classified Ads*. Skema transaksi ini dimaksudkan agar dapat diketahui hal-hal yang berkaitan dengan aspek perpajakannya. Dari penyelenggara *Classified Ads* dalam menyediakan tempat bagi Pengiklan, pendaftaran yang dilakukan oleh

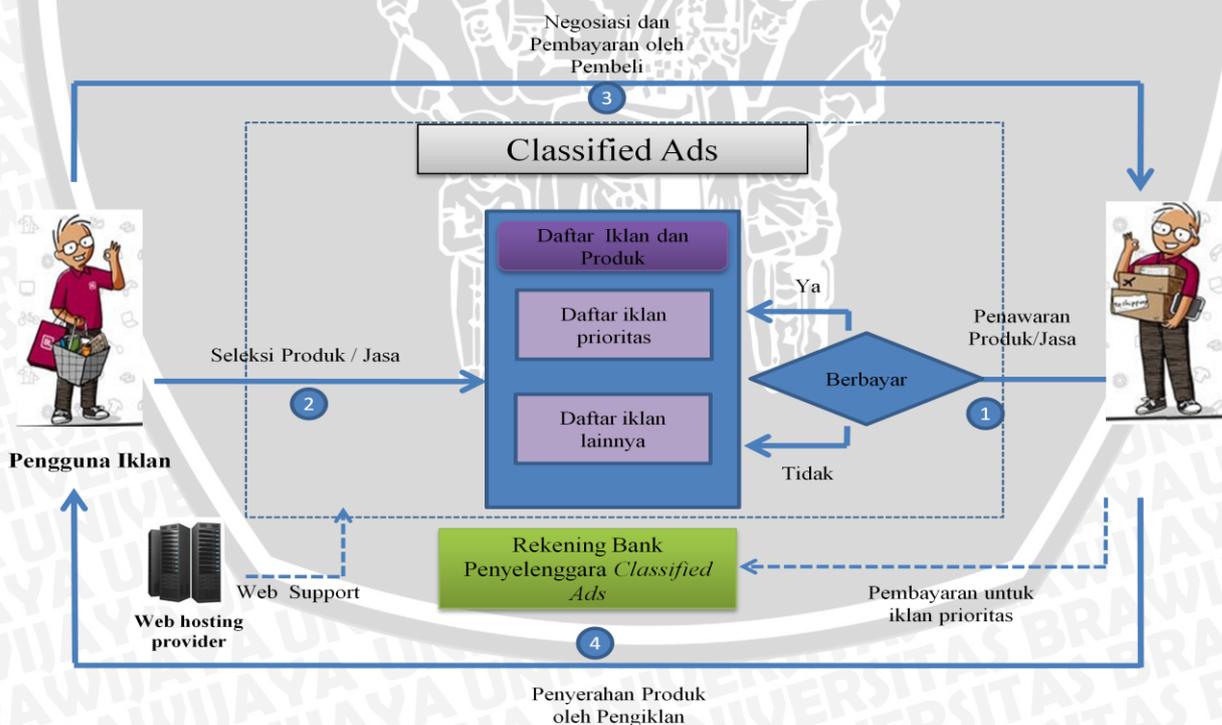
Pengiklan, sampai pada para pengguna iklan yang menggunakan iklan yang telah dipasang.

Contoh Classified Ads



Gambar 11. Situs yang menggunakan model transaksi *Classified Ads*

Sumber: <http://berniaga.com/>, 2014



Gambar 12. Skema Transaksi *E-commerce Classified Ads*

Sumber: Direktorat Transformasi Proses Bisnis, 2013.



Keterangan gambar:**a) Pelaku Transaksi:**

- Penyelenggara *Classified Ads*
- Pengiklan (Penjual)
- Pengguna Iklan (Pembeli)

b) Purchase Order (Order Pembelian)**c) Invoice (Bukti Pembayaran)**

d) Web Support: Seluruh transaksi yang terjadi di dalam *e-commerce Classified Ads* dilakukan secara *online* atau menggunakan jaringan media elektronik.

e) Daftar Iklan, dapat dilakukan secara berbayar maupun tidak.

Proses Transaksi *E-commerce Classified Ads*

1. Pengiklan (Penjual) melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Penyelenggara *Classified Ads* memberikan jasa penyediaan tempat atau waktu kepada Pengiklan (Penjual) untuk memasang iklan di situs *Classified Ads*. Bentuk iklan dapat berbayar maupun tidak.
2. Pengguna Iklan (Pembeli) melakukan seleksi atas produk atau jasa yang akan dibeli dari produk atau jasa para Pengiklan (Penjual).
3. Pengguna Iklan (Pembeli) melakukan negosiasi harga dan pembayaran kepada Pengiklan (Penjual).
4. Pengiklan (Penjual) melakukan penyerahan produk atau jasa kepada Pengguna Iklan (Pembeli).

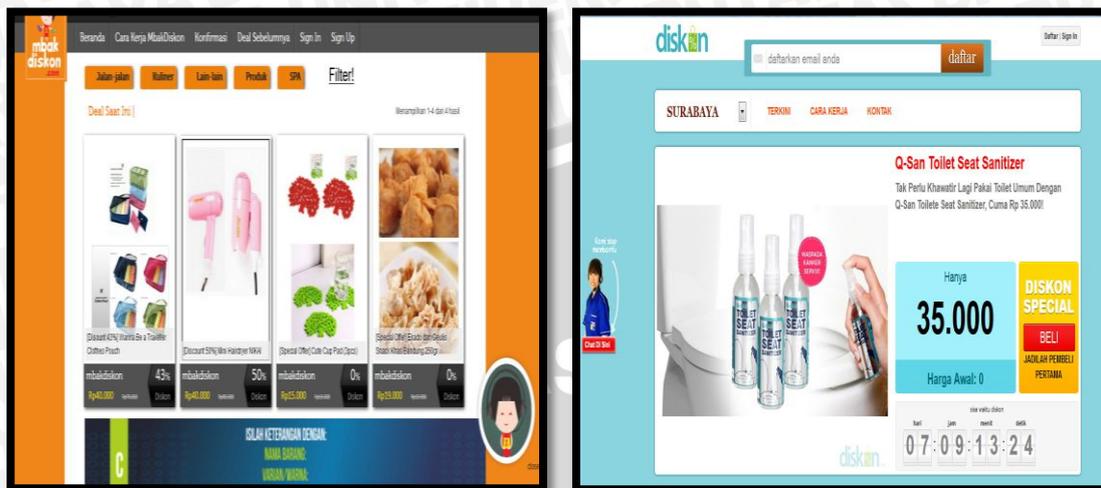
Dari skema di atas dapat disimpulkan bahwa Pengiklan (penjual) melakukan transaksi perdagangan sendiri dengan Pengguna Iklan (Pembeli) melalui media yang diberikan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Berbeda dengan model transaksi *e-commerce Online Marketplace* yang menggunakan pihak ketiga sebagai perantara dalam proses pembayarannya, yaitu Penyelenggara *Online Marketplace*.

3. *Daily Deals*

E-commerce dalam kategori ini merupakan penyediaan kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* yang berfungsi sebagai tempat *Daily Deals Merchant* (penjual), dalam hal menjual barang atau jasa kepada para Pembeli dengan menggunakan *Voucher* sebagai sarana pembayaran. Pihak-pihak yang terkait di dalam model transaksi jenis ini adalah Penyelenggara *Daily Deals*, *Daily Deals Merchant* dan Pembeli.

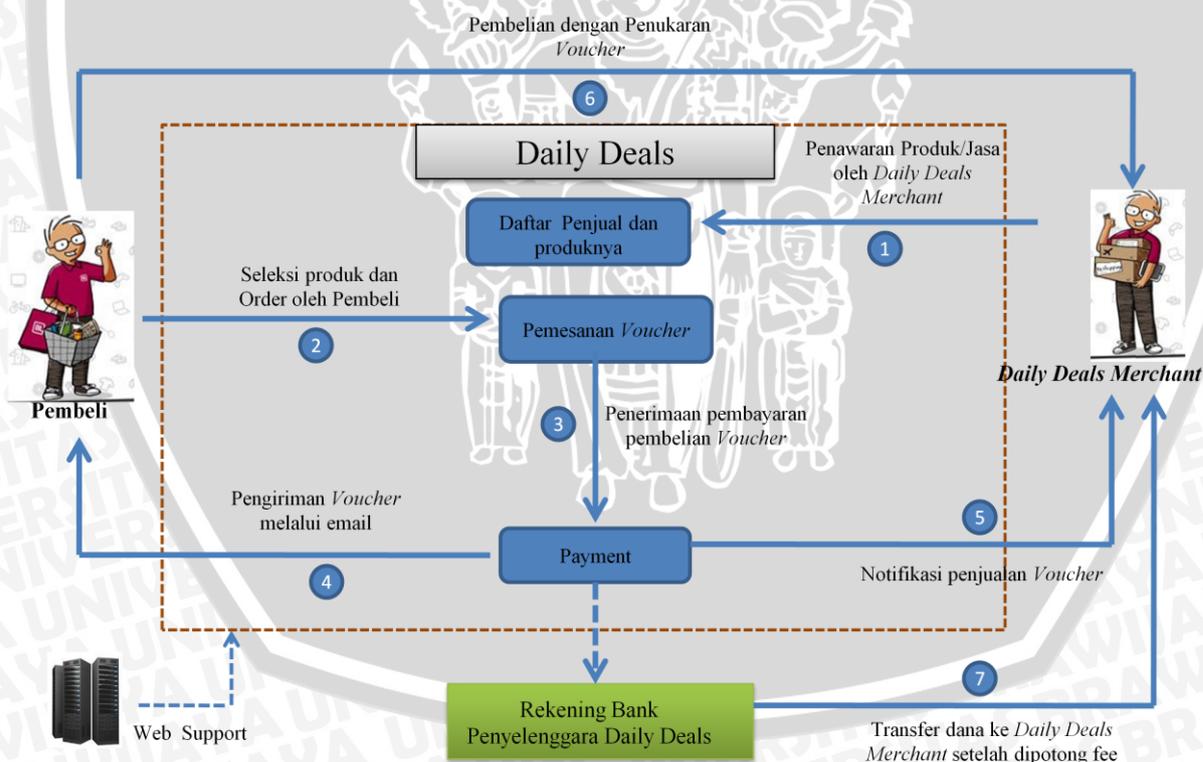
Terdapat skema proses bisnis dalam transaksi model *Daily Deals*. Skema transaksi ini dimaksudkan agar dapat diketahui hal-hal yang berkaitan dengan aspek perpajakannya. Dari mulai pembeli melakukan transaksi kepada penyelenggara *Daily Deals*, barang atau jasa yang akan dibeli, sampai pada pembeli mendapatkan *Voucher* setelah melakukan pembayaran atas transaksi pembeliannya.

Contoh Daily Deals



Gambar 13. Situs yang menggunakan model transaksi Daily Deals

Sumber: : <http://diskon.com/>, : <http://mbakdiskon.com/>, 2014.



Gambar 14. Skema Transaksi E-commerce Daily Deals

Sumber: Direktorat Transformasi Proses Bisnis, 2013.

Keterangan gambar:**a) Pelaku Transaksi:**

- Penyelenggara *Daily Deals*
- *Daily Deals Merchant* (Penjual)
- Pembeli

b) Purchase Order (Order Pembelian), Pembeli melakukan order pembelian dengan cara pemesanan *Voucher* terlebih dahulu sebelum mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan.

c) Payment (Pembayaran), berupa pengiriman *Voucher* kepada Pembeli. Transaksi uang yang masuk melalui rekening Penyelenggara *Daily Deals*.

d) Web Support: Seluruh transaksi yang terjadi di dalam *e-commerce Daily Deals* dilakukan secara *online* atau menggunakan jaringan media elektronik.

Proses Transaksi E-commerce Daily Deals

1. *Daily Deals Merchant* (penjual) melakukan pendaftaran produk atau jasa dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Daily Deals*.
2. Pembeli melakukan seleksi produk atau jasa, sebelumnya pembeli mendaftarkan diri terlebih dahulu untuk mendapatkan akun agar dapat bertransaksi di situs *Daily Deals*.
3. Pembeli melakukan pembayaran atas pembelian *Voucher* melalui rekening Penyelenggara *Daily Deals*.

4. Penyelenggara *Daily Deals* atau *Daily Deals Merchant* (penjual) menyampaikan *Voucher* kepada pembeli. *Voucher* diterbitkan oleh Penyelenggara *Daily Deals* atau *Daily Deals Merchant* (penjual) dan hanya bisa didapatkan pembeli melalui situs *Daily Deals*.
5. Penyelenggara *Daily Deals* mengeluarkan notifikasi kepada *Daily Deals Merchant* (penjual) bahwa produk atau jasa telah dibeli oleh pembeli.
6. *Voucher* yang telah didapatkan digunakan oleh pembeli untuk ditukarkan dengan produk atau jasa yang akan dibeli.
7. Penyelenggara *Daily Deals* melakukan penyetoran dana kepada *Daily Deals Merchant* (penjual) atas hasil penjualan sebesar nilai transaksi dikurangi dengan *fee*. Periode penyetoran tergantung pada isi perjanjian sebelumnya.

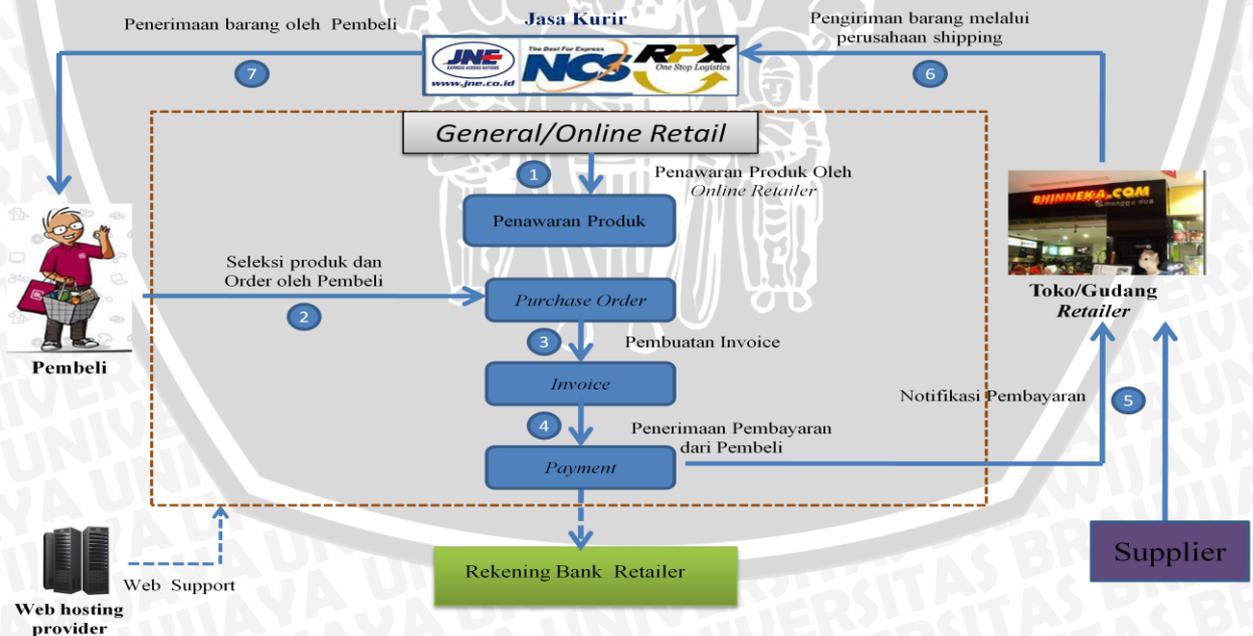
Dari skema proses bisnis di atas dapat disimpulkan bahwasanya proses transaksi tersebut sama dengan transaksi *e-commerce Online Marketplace*, hanya secara transaksi pembeli mendapatkan *Voucher* terlebih dahulu sebelum melakukan penukaran produk atau jasa yang diinginkan. Biasanya model transaksi ini diadakan oleh pusat perbelanjaan. Penerimaan dan pembayaran dana transaksi menggunakan pihak ketiga yaitu Penyelenggara *Daily Deals*.

4. Online Retail

E-commerce dalam kategori ini paling banyak digunakan oleh pelaku usaha *online* di Indonesia. Seperti halnya melakukan kegiatan promosi dan penjualan melalui jejaring media sosial. *Online Retail* merupakan kegiatan

menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara *Online Retail* sekaligus sebagai *Online Retail Merchant* (penjual) kepada Pembeli di situs *Online Retail*. Pihak-pihak yang terkait di dalam kegiatan transaksi ini adalah Penyelenggara *Online Retail* sekaligus sebagai *Online Retail Merchant* (penjual) dan Pembeli.

Terdapat skema proses bisnis dalam transaksi model *Online Retail*. Skema transaksi ini dimaksudkan agar dapat diketahui hal-hal yang berkaitan dengan aspek perpajakannya. Dari mulai pembeli melakukan transaksi kepada penjual, barang atau jasa yang akan dibeli, pembeli mendapatkan barang atau jasa tersebut setelah melakukan pembayaran atas transaksi pembeliannya, sampai pada pengiriman barang atau jasa baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman.



Gambar 15. Skema Transaksi *E-commerce Online Retail*

Sumber: Direktorat Transformasi Proses Bisnis, 2013.

Keterangan gambar:**a) Pelaku Transaksi:**

- Penyelenggara *Online Retail*
- *Online Retail Merchant* (Penjual)
- Pembeli

b) Purchase Order (Order Pembelian)

c) Invoice (Bukti Pembayaran), transaksi dana langsung masuk kepada rekening bank retailer atau *Online Retail Merchant* (penjual).

d) Web Support: Seluruh transaksi yang terjadi di dalam *e-commerce Online Retail* dilakukan secara *online* atau menggunakan jaringan media elektronik.

e) Contoh perusahaan *shipping*:

- JNE
- NCS
- RPX

Proses Transaksi *E-commerce Online Retail*

1. Penyelenggara *Online Retail* sekaligus *Online Retail Merchant* (penjual) menampilkan penawaran produk atau jasa yang akan dijual melalui situs *Online Retail*.
2. Pembeli melakukan seleksi produk atau jasa melalui situs *Online Retail*.
3. Penyelenggara *Online Retail* sekaligus *Online Retail Merchant* (penjual) mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli melalui situs *Online Retail*, berupa pembuatan *invoice*.

4. Pembeli melakukan pembayaran kepada Penyelenggara *Online Retail* sekaligus *Online Retail Merchant* (penjual) melalui rekening bank yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Penyelenggara *Online Retail* sekaligus *Online Retail Merchant* (penjual) melakukan notifikasi atas pembayaran dari Pembeli.
6. Penyelenggara *Online Retail* sekaligus *Online Retail Merchant* (penjual) melakukan pengiriman barang kepada Pembeli melalui perusahaan *shipping*.
7. Penerimaan produk atau jasa oleh Pembeli.

Contoh *Online Retail*



The screenshot displays the Bhinneka.com website interface. At the top, there is a navigation bar with contact information (Telp: (021) 2929-2828) and several service icons: GRATIS PENGIRIMAN (Free Shipping), BAYAR DI TEMPAT (Pay on Site), CICILAN 0% TERSEDIA (0% Installment Available), KONFIRMASI PEMBAYARAN (Payment Confirmation), and TRACKING. Below this is a search bar and a shopping cart icon. The main content area features a large banner for 'EUFORIA BRAZIL' with a total gift value of up to Rp. 20,000,000. Other visible products include a Cisco UCS C240 M3 Rack Server and a Sony Xperia E1 smartphone. The website also promotes a 'SPECIAL PRICE' for a 'SMARTPHONE OCTAGORE' and a 'POWERBANK FESTIVAL' with discounts up to 50%.

Gambar 16. Situs yang menggunakan model transaksi *Online Retail*

Sumber: <http://www.bhinneka.com/asp/bhindexpc.aspx>, 2014.

b) Penerimaan pajak dari sektor usaha *online*

Penerimaan negara melalui pajak, sangat berpengaruh bagi potensi pengembangan pembangunan Negara Indonesia. Setiap KPP yang tersebar di seluruh Indonesia, memiliki upaya tersendiri dalam memenuhi penerimaan negara dari pajak. KPP tersebut selalu berupaya dalam meningkatkan potensi penerimaannya. Tidak terlepas dari hal tersebut, di KPP Pratama Malang Selatan juga memenuhi potensi penerimaan pajak yang berasal dari sektor usaha *online* atau para Wajib Pajak yang melakukan transaksi *e-commerce*.

Upaya tersebut dilakukan oleh para AR untuk melakukan pengembangan wilayah perpajakannya sesuai dengan pembagian wilayah masing-masing. Mengingat tugas dari para AR adalah meneliti pengawasan kepatuhan formal Wajib Pajak serta penelitian dan analisa kepatuhan material Wajib Pajak atas pemenuhan kewajiban perpajakannya, meneliti pelaksanaan bimbingan atau himbauan mengenai ketentuan perpajakan serta konsultasi teknis perpajakan kepada Wajib Pajak dan menetapkan pembuatan atau pemutakhiran profil Wajib Pajak serta usul rencana kunjungan kerja ke lokasi Wajib Pajak dalam rangka pengawasan dan pemutakhiran data Wajib Pajak.

Mengenai sektor penerimaan dari para pelaku usaha *online* di KPP Pratama Malang Selatan belum sepenuhnya dilakukan penggalan informasi. Menurut narasumber AI, yang berada pada Seksi Pengawasan dan Konsultasi I sektor penerimaan transaksi jenis ini masih tergolong rendah. Masih ada para Wajib Pajak baru untuk pelaku usaha *online* yang belum tersentuh mengenai kewajiban perpajakannya.

“..... AR masih berusaha menghimbau Wajib Pajak dari segi perpajakannya. Dengan cara melaporkan data-data perpajakan yang sesuai dengan informasi yang dimiliki. Para pelaku usaha online di wilayah perpajakan Malang Selatan ada, tetapi jumlahnya masih sedikit. Karena kita tidak memiliki alat untuk mengetahui jumlah secara riil transaksi e-commerce, kami melacakinya melalui barang bukti dan data fisik saja....” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.30 WIB).

Penjelasan juga dilontarkan dari narasumber M, selaku AR pada wilayah perpajakan Kedungkandang yang berada di Seksi Pengawasan dan Konsultasi II, beliau berpendapat bahwa untuk wilayah di Kedungkandang sendiri masih rendah.

“..... Sebenarnya ini adalah jual beli biasa, hanya saja melakukan tracking untuk melacak website atau forum jual beli internet jika tidak ada info jelas sulit. Alamatnya dimana, melakukan transaksi seperti apa. Tetapi jika Wajib Pajak yang sudah besar biasanya melakukan pengiriman barang, dari sana dapat diambil informasi mengenai data-data terkait perpajakannya. Kalau pada wilayah perpajakan saya sendiri apalagi Waskon II masih belum mendapatkan banyak informasi mengenai para pelaku yang melakukan transaksi e-commerce. Karena sulitnya dalam pelacakan itu.....” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.50 WIB).

Potensi yang diberikan dari transaksi *e-commerce* ini untuk wilayah perpajakan di KPP Pratama Malang Selatan masih rendah. Para AR berupaya untuk meningkatkan melalui potensi tersebut. Setiap basis wilayah perpajakan yang sesuai dengan lingkup kerja para AR akan berdampak pada pemenuhan dari potensi perpajakan tersebut. Setiap tahun potensi penerimaan perpajakan akan diperluas dengan kegiatan konsultasi dan himbauan.

2. Penanganan dan pengawasan oleh AR dalam Rangka Intensifikasi pada KPP Pratama Malang Selatan terhadap pelaksanaan perpajakan di bidang *e-commerce*

a) Penanganan terhadap pajak di bidang *e-commerce*

Mekanisme pada transaksi *e-commerce* memiliki empat model transaksi. Seperti yang sudah dijelaskan pada awal pembahasan. Dalam mekanisme yang telah dibuat, empat model tersebut memiliki aspek perpajakan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penanganan dalam hal perpajakan di bidang *e-commerce* adalah sesuai dengan kegiatan transaksi pada perdagangan secara konvensional. Dari keempat model transaksi *e-commerce* memiliki penerapan penanganan terhadap aspek perpajakannya. AR melakukan penanganan sesuai dengan kegiatan transaksi yang berlangsung, baik untuk PPh dan PPN. Keempat model transaksi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Model bisnis *Online Marketplace*

Pada model bisnis *Online Marketplace* dimana transaksi berlangsung melalui pihak ketiga yaitu pada Penyelenggara *Online Marketplace*. *Online Marketplace Merchant* (penjual) dan pembeli melakukan kegiatan transaksi jual beli dengan adanya pihak ketiga tersebut. Pihak DJP mengklasifikasi adanya tiga kegiatan transaksi pada model bisnis *Online Marketplace* dan ketiganya memiliki aspek pajak yang berbeda. Pengenaan pajak tersebut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku atas pengenaan dari PPh maupun PPN.

Terdapat tiga pelaku di dalam model bisnis *Online Marketplace* yaitu Penyelenggara *Online Marketplace*, *Online Marketplace Merchant* (penjual), dan Pembeli. Masing-masing pelaku usaha *online* tersebut mendapatkan

penanganan terhadap aspek perpajakannya. Berikut tabel yang memuat aspek perpajakan pada model bisnis *Online Marketplace* untuk PPh dan PPN.

Tabel 3. Aspek Perpajakan pada Model bisnis *Online Marketplace* untuk PPh

No	Proses Bisnis	Objek Pajak	Subjek Pajak	Tarif	Pemotongan PPh
1.	Jasa Penyediaan Tempat dan Waktu.	Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.	Untuk Penyelenggara <i>Online Marketplace</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.	Apabila <i>Online Marketplace Merchant</i> 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 Jasa.	Penghasilan dari penjualan barang atau penyediaan jasa merupakan objek PPh.	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan penyediaan jasa.	Untuk pihak <i>Online Marketplace Merchant</i> sebagai penjual barang atau penyedia jasa dalam <i>Online Marketplace</i> yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.	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 dan pemungutan PPh.
3.	Penyetoran Hasil Penjualan Kepada <i>Online Marketplace Merchant</i> (penjual) oleh Penyelenggara <i>Online Marketplace</i>	Penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran.	Untuk pihak Penyelenggara <i>Online Marketplace</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.	Apabila <i>Online Marketplace Merchant</i> (penjual) 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.

Sumber: Modifikasi melalui Direktorat Jenderal Pajak, 2014.

Tabel 4. Aspek Perpajakan pada Model bisnis *Online Marketplace* untuk PPN

No	Proses Bisnis	Objek PPN	Saat PPN Terutang	Dasar Pengenaan Pajak (DPP)
1.	Jasa Penyediaan Tempat dan Waktu.	Penyerahan jasa penyediaan waktu dan tempat dalam media lain.	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.	Penggantian, termasuk semua biaya yg diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>Online Marketplace</i> karena penyerahan Jasa Kena Pajak tersebut. Contoh: Penggantian, <i>Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee</i> , dan <i>Subscription Fee</i> .
2.	Penjualan Barang dan Jasa.	Penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak.	Saat pembayaran.	Harga Jual, Penggantian, dan Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh <i>Online Marketplace Merchant</i> (penjual) karena penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak tersebut. Contoh: Harga Jual, Penggantian, Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.
3.	Penyetoran Hasil Penjualan kepada <i>Online Marketplace Merchant</i> (penjual) oleh Penyelenggara <i>Online Marketplace</i>.	Penyerahan jasa perantara pembayaran.	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.	Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>Online Marketplace</i> karena penyerahan Jasa Kena Pajak tersebut. Contoh: Penggantian, biaya <i>settlement</i> , dan <i>fee</i> penggunaan kartu kredit/kartu debit/ <i>internet banking</i> .

Sumber: Modifikasi melalui Direktorat Jenderal Pajak, 2014

2. Model bisnis *Classified Ads*

Model bisnis *Classified Ads*, merupakan model bisnis dengan penggunaan promosi melalui iklan. Para pengguna iklan akan mengunjungi situs-situs *online* yang menjual barang atau jasa yang dicari oleh pengguna iklan. Para pelaku usaha di dalam model bisnis *Classified Ads* adalah Penyelenggara *Classified Ads*, Pengiklan dan Pengguna Iklan. Pihak DJP membuat skema atas transaksi yang terjadi. Pada model bisnis jenis ini terdapat satu kegiatan transaksi yaitu pada proses bisnis atas penyediaan tempat dan waktu. Berikut adalah aspek perpajakan berkaitan dengan proses bisnis yang terjadi di *Classified Ads*, dari segi PPh maupun PPN.

Tabel 5. Aspek Perpajakan pada Model Bisnis *Classified Ads* untuk PPh

No	Proses Bisnis	Objek Pajak	Subjek Pajak	Tarif	Pemotongan PPh
1.	Jasa Penyediaan Tempat dan Waktu.	Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.	Untuk pihak Penyelenggara <i>Classified Ads</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.	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.

Sumber: Modifikasi melalui Direktorat Jenderal Pajak, 2014

Tabel 6. Aspek Perpajakan pada Model Bisnis *Classified Ads* untuk PPN

No	Proses Bisnis	Objek PPN	Saat PPN Terutang	Dasar Pengenaan Pajak (DPP)
1.	Jasa Penyediaan Tempat dan Waktu.	Penyerahan jasa penyediaan waktu dan tempat dalam media lain (termasuk kemungkinan jasa tersebut diserahkan secara cuma-cuma)	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.	Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>Classified Ads</i> karena penyerahan Jasa Kena Pajak tersebut. Contoh: Penggantian dan <i>transaction fee</i> . Dalam hal Jasa Kena Pajak tersebut diserahkan secara cuma-cuma, DPP-nya adalah Penggantian dikurangi laba kotor.

Sumber: Modifikasi melalui Direktorat Jenderal Pajak, 2014.

3. Model bisnis *Daily Deals*

Skema transaksi yang dimiliki oleh model bisnis *Daily Deals* hampir sama dengan model bisnis pada *Online Marketplace*, hanya saja pada *Daily Deals* menggunakan *voucher* untuk transaksi yang dilakukan. DJP telah membuat skema kegiatan atas penyelenggaraan model bisnis ini. Para pelaku usaha *online* yang berkaitan dengan model bisnis *Daily Deals* adalah Penyelenggara *Daily Deals*, *Daily Deals Merchant* (penjual), dan Pembeli. Ketiganya dapat dikenakan pajak, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tabel 7. Aspek Perpajakan pada Model Bisnis *Daily Deals* untuk PPh

No	Proses Bisnis	Objek Pajak	Subjek Pajak	Tarif	Pemotongan PPh
1.	Jasa Penyediaan Tempat dan Waktu.	Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.	Untuk pihak Penyelenggara <i>Daily Deals</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.	Apabila <i>Merchant Daily Deals</i> 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 Jasa.	Penghasilan dari penjualan barang dan penyediaan jasa merupakan objek PPh.	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan penyediaan jasa.	Untuk <i>Daily Deals Merchant</i> sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.	Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong atau pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan atau pemungutan PPh.
3.	Penyetoran Hasil Penjualan Kepada <i>Daily Deals Merchant</i> oleh Penyelenggara <i>Daily Deals</i>.	Penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran.	Untuk pihak Penyelenggara <i>Daily Deals</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak.	Apabila <i>Daily Deals Merchant</i> 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.

Sumber: Modifikasi melalui Direktorat Jenderal Pajak, 2014.

Tabel 8. Aspek Perpajakan pada Model Bisnis *Daily Deals* untuk PPN

No	Proses Bisnis	Objek PPN	Saat PPN Terutang	Dasar Pengenaan Pajak (DPP)
1.	Jasa Penyediaan Tempat dan Waktu.	Penyerahan jasa penyediaan waktu dan tempat dalam media lain	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.	Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>Daily Deals</i> karena penyerahan Jasa Kena Pajak tersebut.
2.	Penjualan Barang dan Jasa.	Penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak.	Saat pembayaran.	Harga Jual, Penggantian, dan Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh <i>Daily Deals Merchant</i> karena penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak tersebut. Contoh: Harga Jual, Penggantian, dan Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan biaya asuransi.
3.	Penyetoran Hasil Penjualan kepada <i>Daily Deals Merchant</i> oleh Penyelenggara <i>Daily Deals</i>.	Penyerahan jasa perantara pembayaran.	Saat penyerahan, saat pembayaran, atau saat pemanfaatan.	Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>Daily Deals</i> karena penyerahan Jasa Kena Pajak tersebut. Contoh: Penggantian, biaya <i>settlement</i> , dan <i>fee</i> penggunaan kartu kredit/kartu debit/ <i>internet banking</i> .

Sumber: Modifikasi melalui Direktorat Jenderal Pajak, 2014.

4. Model bisnis *Online Retail*

Pada model bisnis *Online Retail* hanya terdapat dua pelaku dalam proses transaksi yang terjadi. Penyelenggara *Online Retail* juga berfungsi sebagai *Online Retail Merchant* (penjual) dan Pembeli. Pemilik situs jual beli *online* adalah penjual dari barang atau jasa yang ditawarkan. Proses bisnis yang terjadi terletak pada saat penjualan barang atau jasa. Berikut tabel mengenai aspek perpajakan dari model bisnis *Online Retail* untuk PPh dan PPN.

Tabel 9. Aspek Perpajakan pada Model Bisnis *Online Retail* untuk PPh

No	Proses Bisnis	Objek Pajak	Subjek Pajak	Tarif	Pemotongan PPh
1.	Penjualan Barang dan Jasa.	Penghasilan dari penjualan barang dan penyediaan jasa merupakan objek PPh.	Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan penyediaan jasa.	Untuk pihak Penyelenggara <i>Online Retail</i> (sekaligus <i>Merchant</i>) sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17.	Apabila Pembeli barang atau pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong atau pemungut PPh, maka Pembeli barang atau pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan atau pemungutan PPh.

Sumber: Modifikasi melalui Direktorat Jenderal Pajak, 2014

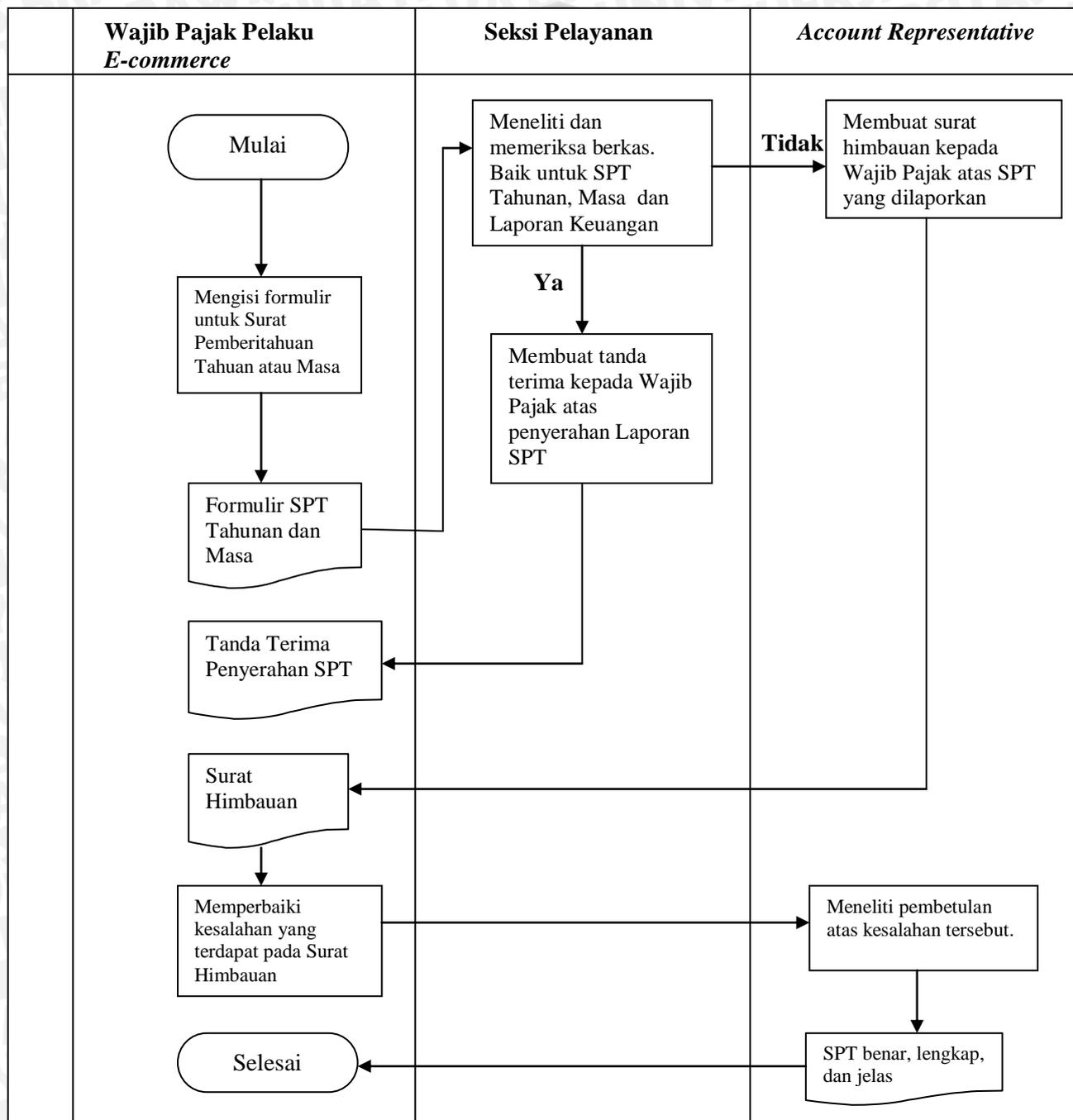
Tabel 10. Aspek Perpajakan pada Model Bisnis *Online Retail* untuk PPN

No	Proses Bisnis	Objek PPN	Saat PPN Terutang	Dasar Pengenaan Pajak (DPP)
1.	Penjualan Barang dan Jasa.	Penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak.	Saat penyerahan, atau saat pembayaran.	Harga Jual, Penggantian, dan Nilai Ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara <i>Online Retail</i> karena penyerahan Barang Kena Pajak dan Jasa Kena Pajak tersebut. Contoh: Harga Jual, Penggantian, dan Nilai Ekspor, biaya pengiriman, dan asuransi.

Sumber: Modifikasi melalui Direktorat Jenderal Pajak, 2014.

Penanganan yang dilakukan oleh para AR pada KPP Pratama Malang Selatan memuat dari berbagai klasifikasi model bisnis masing-masing transaksi *e-commerce*. Para Wajib Pajak pelaku usaha *online* dilakukan pemungutan berdasarkan aspek perpajakan atas kegiatan dagangnya. Aspek perpajakan

tersebut berlaku bagi setiap pihak-pihak yang berkaitan dengan penyelenggaraan kegiatan *e-commerce*.



Gambar 17. Flowchart Penanganan Perpajakan Pelaku *E-commerce*

Sumber: Data Diolah, 2014

Prosedur penanganan yang dijalankan untuk Wajib Pajak pelaku usaha *online* adalah sama dengan Wajib Pajak yang melakukan kegiatan transaksi secara konvensional. Para Wajib Pajak pelaku usaha *online* mendaftarkan diri di KPP sesuai dengan alamat tempat tinggal usahanya untuk mendapatkan Nomor Pokok Wajib Pajak. Di sini peran KPP dalam memberikan pelayanan prima untuk proses administrasi perpajakannya. Wajib Pajak pelaku usaha *online* melakukan kegiatan pelaporan Surat Pemberitahuan atas perhitungan pajaknya sendiri. Peran AR untuk masing-masing wilayah dibutuhkan untuk kebutuhan pemenuhan kepatuhan formal dari Wajib Pajak. Membantu dalam proses perpajakannya sesuai dengan mekanisme kegiatan *e-commerce* yang dilakukan. Surat Pemberitahuan yang terdapat kesalahan di dalamnya dapat dilakukan himbauan dari AR masing-masing wilayah. Jika dirasa data dan laporan keuangan tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku, maka Wajib Pajak wajib untuk memperbaikinya. SPT harus benar, lengkap, dan jelas.

Penanganan perpajakan yang terjadi terhadap aspek Bea Meterai dilakukan ketika pelaku kegiatan *e-commerce* mengeluarkan dokumen elektronik yang berisi sejumlah nominal tertentu. Bea Meterai dapat terjadi pula ketika pihak pembeli menyetujui atas syarat dan tata cara pembelian barang atau jasa di toko *online*, hal ini berarti terjadi layaknya penandatanganan kontrak atas jual beli dan di dalamnya terkena aspek pajak atas Bea Meterai, sesuai dengan UU Bea Meterai.

b) Pengawasan AR

AR merupakan salah satu ujung tombak dari pelayanan yang dilakukan oleh pihak DJP kepada para Wajib Pajak. Salah satu tugas dan tanggungjawab dari AR adalah meneliti pengawasan kepatuhan formal Wajib Pajak serta melakukan penelitian dan analisa kepatuhan material Wajib Pajak atas pemenuhan kewajiban perpajakannya. Maka, secara tidak langsung pengawasan atas pemenuhan potensi perpajakan yang sesuai dengan wilayahnya merupakan tanggungjawab dari para AR tersebut.

Terkait dengan transaksi pada dunia maya, salah satu AR yang berasal dari Seksi Pengawasan dan Konsultasi I wilayah Klojen menyebutkan bahwa pengawasan yang saat ini dapat dilakukan oleh mereka adalah dengan data atau informasi yang berasal dari data internal DJP atau informasi dari eksternal DJP seperti halnya dengan surat kabar atau internet.

“.....kami melakukan pengawasan pada Wajib Pajak yang bertransaksi secara online berdasarkan data dan informasi dari Internal DJP atau eksternal DJP seperti surat kabar maupun internet....” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.30 WIB).

Penjelasan yang sama juga dijelaskan oleh narasumber FR dari Seksi Pengawasan dan Konsultasi II dengan wilayah perpajakan Kedungkandang. Walaupun pada wilayah ini potensi perdagangan untuk transaksi *online* cenderung rendah, namun upaya dalam penggalan dan pengawasan terhadap para pelaku usaha *online* terus digali. Sistem seperti pencarian internet diupayakan untuk mendapatkan potensi Wajib Pajak baru.

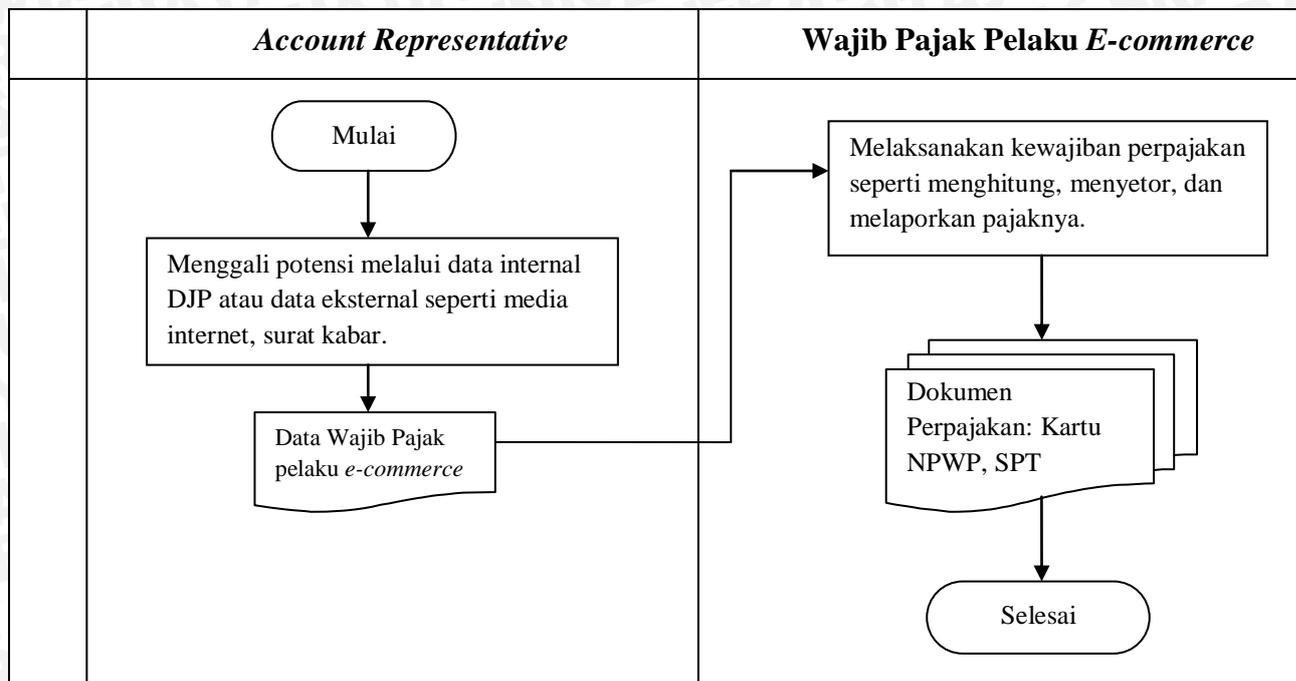
“.... pada wilayah perpajakan di Kedungkandang potensi Wajib Pajak yang bertransaksi secara online cenderung kecil. Pengawasan yang kami lakukan adalah dengan mencari melalui media internet, seperti facebook,

atau situs jual beli yang ada. Pengawasan kami lakukan dengan terus menggali potensi yang ada pada Wajib Pajak. Hal ini karena mereka memang tidak berjualan secara fisik....” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.55 WIB).

Dari pemaparan di atas dapat dilihat bahwa pengawasan pada transaksi melalui *online* masih dirasa kurang. Para AR melakukan objek pengawasan pada pelaku-pelaku usaha *online* yang terlihat. Data dan informasi yang diambil adalah data yang berasal dari internal DJP yang sesuai dengan Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) sesuai dengan wilayah perpajakannya. Data eksternal yang sampai saat ini masih dapat diupayakan adalah pencarian melalui media internet, surat kabar atau media jejaring sosial yang sering memunculkan perdagangan *e-commerce*.

Prosedur atau skema pengawasan dalam rangka intensifikasi perpajakan terhadap *e-commerce* dapat dijelaskan melalui *flowchart* di bawah ini. Hal ini bertujuan guna menganalisis upaya yang dilakukan AR terhadap Wajib Pajak pelaku usaha *e-commerce*. Selain itu kegiatan pengawasan di dalam perpajakan menjadi tolak ukur dalam proses intensifikasi yang terjadi untuk terus mengamankan penerimaan negara melalui pajak.

Pengawasan Perpajakan di Bidang *E-commerce*



Gambar 18. *Flowchart* Pengawasan Perpajakan di Bidang *E-commerce*

Sumber: Data diolah, 2014

Dari prosedur di atas dijelaskan bahwasanya proses pengawasan yang dilakukan para AR adalah dengan melakukan penggalian data, melalui data internal yang telah dimiliki oleh DJP sesuai dengan basis wilayah perpajakannya. Maupun melalui kegiatan pencarian data pelaku *e-commerce* dengan data dari internet maupun surat kabar. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi dari *e-commerce* di KPP Pratama Malang Selatan melalui pengawasan yang dilakukan para AR.

AR memberikan himbauan dan konsultasi terhadap para Wajib Pajak pelaku *e-commerce* di basis wilayah perpajakannya. Pada proses pengawasan adalah sebagai salah satu upaya intensifikasi yang dilakukan oleh KPP Pratama Malang Selatan. Intensifikasi di sini adalah kegiatan untuk optimalisasi penggalian pada

penerimaan pajak yang berkaitan dengan jumlah wajib pajak yang telah terdaftar menjadi Wajib Pajak. Para AR berusaha untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik dalam proses perpajakan. Khususnya untuk kegiatan *e-commerce* ini yang kegiatan perdagangannya melalui dunia maya.

c) Keberadaan sistem dan fasilitas pendukung

Keberadaan sistem dan fasilitas pendukung dari pihak DJP untuk memudahkan dalam pengawasan transaksi di bidang *e-commerce* ini. Pada transaksi ini sistem perpajakan yang ada adalah hal yang paling berperan penting untuk mendukung jalannya pengawasan dan penanganan. Permasalahan terkait dengan sistem fasilitas pendukung ini juga dijelaskan oleh Narasumber AI, salah satu AR di KPP Pratama Malang Selatan.

"..... Pihak DJP tidak memiliki akses untuk dapat mengetahui besaran transaksi riil yang dilakukan oleh pengusaha e-commerce, sehingga kami merasa sedikit kesulitan dalam melakukan pelaksanaan pemungutan pajak terkait transaksi jenis ini..." (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.35 WIB).

Pendapat yang sama juga dilontarkan oleh narasumber WO, salah satu AR yang berada di Seksi Pengawasan dan Konsultasi I wilayah perpajakan Klojen. Beliau mengatakan bahwa belum tersedianya dukungan berupa fasilitas sistem yang secara khusus menangani mengenai Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

"..... belum ada dukungan fasilitas sistem yang khusus untuk transaksi e-commerce, yang terjadi adalah kami melakukan pengawasan secara manual. Kami melakukan penggalian informasi terkait e-commerce dengan browsing melalui internet. Misalnya saja pada forum seperti jualbeli.com atau kaskus.com" (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.40 WIB).

Sesuai dengan pemaparan di atas bahwasanya peran yang dilakukan oleh para AR di KPP Pratama Malang Selatan mengalami kesulitan. Hal ini terkait

dengan fasilitas pendukung yang disediakan belum mampu menjangkau para Wajib Pajak yang melakukan kegiatan usaha dengan *e-commerce*. Para AR melakukan kegiatan secara manual dalam hal pencarian data. Kontribusi dari AR dapat dilihat melalui pengawasan yang dilakukan pada penjelasan poin di atas.

d) Sanksi perpajakan untuk pelaku usaha *online*

Banyak diantara para Wajib Pajak yang melakukan transaksi *e-commerce* dan tidak menyadari mengenai kewajiban perpajakannya. Para wajib pajak melakukan penghindaran pajak mengenai transaksi yang dilakukannya. Sanksi untuk pelaku transaksi *e-commerce* adalah sama dengan perlakuan dari segi perpajakan secara konvensional. Mulai dari PPh dari perhitungan laba atau penghasilannya, PPN dari Jasa atau Barang Kena Pajak maupun PPnBM.

Sanksi-sanksi yang terkait adalah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tidak ada pembeda antara transaksi secara konvensional maupun melalui media elektronik. Sanksi diberikan kepada para Wajib Pajak yang tidak memenuhi peraturan administratif perpajakannya. Seperti yang dijelaskan oleh narasumber AI AR, yang berasal dari Seksi Pengawasan dan Konsultasi I.

“..... sanksi hanya bisa dilakukan pada pengusaha e-commerce yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan mereka tidak atau terlambat dalam melaporkan pajaknya. Dalam hal ini adalah secara administratif. Untuk penyelewengan secara material, misalnya jika tidak semua penghasilan dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan Tahunan, belum bisa dilakukan terkait adanya sanksi karena kami tidak memiliki bukti pendukung yang otentik.....” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.30 WIB).

Pendapat yang sama juga dijelaskan oleh Narasumber OT, salah satu AR yang ada di KPP Pratama Malang. Beliau mengungkapkan mengenai sanksi yang

diberikan adalah perlakuan sanksi pada umumnya untuk permasalahan perpajakan. AR bertugas untuk meneliti dan memberikan konsultasi terkait perlakuan perpajakannya. Sanksi untuk pelaku usaha *online* pada dasarnya adalah sama.

“... sejauh yang saya ketahui, belum ada sanksi perpajakan terkait transaksi e-commerce dikarenakan memang belum adanya pengawasan secara mendalam. Selama ini kita hanya melakukan pengawasan secara administratif terhadap kewajiban pembayaran dan pelaporan perpajakan terkait sebagai Wajib Pajak dan melakukan analisa Wajib Pajak sesuai dengan data yang ada....” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.30 WIB).

Dari hasil pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwasanya sanksi yang diterapkan pada Wajib Pajak pelaku usaha *online* adalah berdasarkan ketentuan administratif perpajakannya. Para wajib pajak tersebut diberikan sanksi atas pemenuhan kewajiban pajaknya, seperti halnya dengan keterlambatan dalam hal pembayaran, ketidaksesuaian dengan perhitungan atas Surat Pemberitahuan Tahunan.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Penanganan dan Pengawasan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang *E-commerce*

Di dalam pengawasan dan penanganan perpajakan di bidang *e-commerce* terdapat faktor yang dapat mendukung kegiatan, serta faktor yang dapat menghambat kegiatan. Berikut faktor pendukung dan penghambat dalam pengawasan dan penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*:

a) Faktor Pendukung

1. Adanya Klasifikasi mengenai *E-commerce*

DJP telah menggarap untuk pengawasan serta penanganan bagi para pelaku usaha *online*. Perpajakan bagi para pelaku usaha *online* pada dasarnya adalah sama dengan penanganan untuk para pedagang secara konvensional. Baik untuk perhitungan pada PPh, PPN, maupun PPnBM. Maka dari itu, DJP telah membuat Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-commerce*.

Di dalam surat edaran tersebut telah memuat banyak hal mengenai mekanisme serta klasifikasi dari transaksi *e-commerce*. Surat Edaran ini berfungsi sebagai faktor pendukung adanya pengawasan serta penanganan yang dilakukan para pegawai pajak terhadap Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Ruang lingkup yang termasuk di dalamnya adalah penegasan mengenai aspek Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, PPh dan PPN atas transaksi *e-commerce* yang dijalankan.

Selain fungsi di atas, Surat Edaran ini juga bertujuan untuk menambah pengetahuan bagi para pegawai pajak dalam hal melakukan pengawasan serta penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*. Baik secara model bisnis dari masing-masing transaksi *e-commerce* sampai pada aspek perpajakan yang akan menjadi subjek serta objek pajak. Hal itu dilakukan untuk mempermudah dalam penyampaian kewajiban perpajakan dari para Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

Mekanisme serta klasifikasi untuk *e-commerce* telah dibahas pada poin penyajian data. Dimana para pelakunya merupakan subjek pajak dan pendapatan

dari transaksi ini merupakan objek pajak yang wajib dikenakan kewajiban perpajakannya. Para fiskus dapat melihat isi di dalam Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 sebagai bahan dari pengawasan serta penanganan terhadap *e-commerce* dimana Wajib Pajak yang terkait merupakan pelaku usaha *online* dan Wajib Pajak tersebut melakukan usahanya melalui media elektronik, sehingga kecenderungan para fiskus untuk melakukan penggalian potensi perpajakan dalam ranah ini cukup sulit.

b) Faktor Penghambat

1. Sistem Internal DJP

Faktor penghambat di dalam permasalahan pengawasan serta penanganan perpajakan di bidang *e-commerce* ada pada sistem internal yang berada di DJP. Data-data perpajakan yang tersedia merupakan bagian dari analisa dan penelitian yang dilakukan oleh para AR maupun petugas pajak lainnya dalam melakukan pengawasan dan penanganan kepada Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

Seperti pada kutipan wawancara dari narasumber WO, AR dari KPP Pratama Malang Selatan mengenai faktor pendukung di dalam pengawasan dan penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*.

“.....jelas pada dasarnya untuk masalah ini, faktor penghambat yang ada adalah suatu sistem yang terintegrasi berkaitan dengan transaksi e-commerce, sehingga memang diperlukan IT yang handal dan dapat memantau kegiatan transaksi dari masing-masing usaha online yang dilakukan...” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 14.00 WIB).

Penjelasan mengenai sistem internal DJP terhadap data-data perpajakan dari Wajib Pajak juga disampaikan oleh AR pada wilayah perpajakan Klojen.

“Informasi tentang perdagangan e-commerce mudah dilihat melalui media internet. Dengan mudah kami dapat mengetahui pelaku usaha tersebut, sepanjang mereka memberikan alamat dan data diri usaha lainnya. Sistem dari Direktorat Transformasi Proses Bisnis berguna untuk memastikan data-data perpajakan dari para pelaku usaha online” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 13.45 WIB)

Dari pemaparan di atas, sistem internal dari DJP merupakan faktor penghambat dari adanya transaksi *e-commerce* untuk kepentingan perpajakan. Data-data yang tersedia di sistem internal pihak DJP belum mampu mengembangkan dalam hal penelitian para pihak AR dan pemeriksa pajak untuk para Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Data-data tersebut berisi data diri dari Wajib Pajak seperti halnya dengan NPWP, alamat usaha berupa website, data peredaran usaha, data penyerahan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak, data penghasilan bruto dan data diri lainnya.

2. Kepatuhan dan Kesadaran Wajib Pajak Pelaku Usaha Online

Beberapa permasalahan yang terjadi pada dunia perpajakan di Indonesia adalah pada kepatuhan dan kesadaran dari Wajib Pajak. Dalam hal ini para Wajib Pajak pelaku usaha *online* masih memiliki kesadaran yang rendah dalam hal kewajiban perpajakannya. Seperti untuk pemenuhan pelaporan perpajakan dalam hal pengisian Surat Pemberitahuan Tahunan, Surat Pemberitahuan Masa, dan produk hukum pajak lainnya.

Permasalahan mengenai tingkat kepatuhan dan kesadaran Wajib Pajak pelaku usaha *online* juga dijelaskan oleh AR selaku petugas pajak yang berhadapan langsung dengan para Wajib Pajak dan bertugas menghimbau kepada Wajib Pajak baru mengenai kewajiban perpajakannya.

”Untuk faktor penghambat, jelas berasal dari kesadaran para Wajib pajak pelaku usaha online tersebut yang belum sepenuhnya mendukung pemerintah dalam hal peraturan terkait perpajakan. Serta belum adanya peraturan perpajakan yang mengatur hal tersebut” (wawancara pada hari Selasa, 6 Mei. Pukul 14.00 WIB).

Pendapat senada juga disampaikan oleh AR dengan wilayah perpajakan yang berbeda. Beliau menjelaskan bahwasanya para Wajib Pajak pelaku usaha *online* ini masih sering tidak mencantumkan data diri atau identitas dari usaha yang dijalankan.

”....terkadang untuk para pelaku usaha online yang tidak mencantumkan alamat atau identitas usahanya, kami kesulitan dalam hal melacaknya. Hal inilah yang merupakan faktor penghambat dari pengawasan yang kami lakukan untuk mereka ...” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 14.20 WIB).

Kedua penjelasan di atas mengemukakan mengenai faktor penghambat dari pengawasan dan penanganan yang dilakukan oleh pihak DJP. Berbagai upaya konsultasi maupun himbauan terhadap para Wajib Pajak pelaku usaha *online* telah dilakukan guna meningkatkan kepatuhan dan kesadaran para Wajib Pajak. Pihak DJP akan lebih mudah melakukan *tracking* kepada pelaku usaha *online* jika mereka memiliki kesadaran terhadap kewajiban perpajakannya dengan cara melakukan pelaporan serta mencantumkan identitas diri pada website maupun media *online* lainnya, untuk kepentingan usaha pada transaksi *e-commerce* ini.

3. Peraturan Perpajakan mengenai Transaksi *E-commerce*

Tidak adanya peraturan khusus mengenai sistem perpajakan pada transaksi *e-commerce* juga menjadi faktor penghambat dalam pemenuhan potensi perpajakan di sektor perdagangan jenis ini. Sistem *e-commerce* memiliki skema yang berada di jaringan dunia maya, jika pemerintah belum siap untuk penyediaan

sistem yang tepat maka aspek yang lain akan terkendala pula. Pada dasarnya memang dipersamakan untuk aspek perpajakannya pada perdagangan secara konvensional dan *e-commerce* namun apabila pemerintah tidak segera mempersiapkan peraturan mengenai transaksi jenis ini, maka akan mempengaruhi pengawasan serta penanganan yang dilakukan oleh pihak fiskus.

Seperti kutipan wawancara oleh AR pada KPP Pratama Malang Selatan. Beliau menjelaskan bahwa salah satu faktor penghambat adanya pengawasan dan penanganan untuk pajak di bidang *e-commerce* adalah tidak adanya peraturan khusus untuk pajak *e-commerce*.

“...yang menjadi faktor penghambat dalam hal pengawasan serta penanganan pajak di bidang e-commerce adalah belum adanya peraturan perpajakan yang mengatur mengenai hal tersebut. Pemerintah diharapkan dapat menyediakan suatu tempat khusus secara terintegrasi untuk transaksi jual beli dalam satu layanan internet, sehingga pengawasan dan kontrol dapat berjalan..” (wawancara pada hari Senin, 5 Mei. Pukul 14.25 WIB).

Dijelaskan pula untuk peraturan perpajakan yang terkait adalah menyesuaikan dengan model bisnis transaksi *e-commerce* yang tersedia. Alur model yang ada sesuai dengan klasifikasi jenis model bisnis transaksi *e-commerce*. Hal tersebut dapat menunjang peraturan yang berkaitan dengan perpajakan di bidang *e-commerce*. Berguna sebagai bahan acuan untuk pengawasan dan penanganan yang dilakukan oleh pihak fiskus kepada Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

C. Pembahasan

1. Mekanisme kegiatan *e-commerce* dalam Aspek Perpajakan

E-commerce dikelompokkan menjadi beberapa segmen yaitu, *business to consumer* (B2C), metode *cash on delivery* (COD), maupun toko *online*. Sesuai dengan karakteristik yang terdapat di dalam penegasan untuk *e-commerce* dalam perpajakan, masing-masing memiliki model bisnis yang berbeda sesuai dengan segmen karakteristik dari *e-commerce*. Pada praktiknya, terdapat beberapa model dalam penyelenggaraan transaksi *e-commerce*. DJP telah menyampaikan hal tersebut di dalam Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013, mengenai model bisnis yang terjadi.

Untuk segmen *e-commerce business to consumer e-commerce* (B2C *e-commerce*) yaitu transaksi perdagangan melalui internet yang dilakukan antara penjual barang konsumsi dengan konsumen. Model bisnis ini termasuk ke dalam klasifikasi *e-commerce Online Marketplace* dan *e-commerce Daily Deals* dimana Model bisnis ini adalah sebuah toko *online* dengan alamat website (domain) sendiri dimana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara *online* kepada pembeli. Keuntungan dari model bisnis ini ialah Penyelenggara *Online Marketplace* dan Penyelenggara *Daily Deals* memiliki kebebasan penuh dalam mengubah jenis tampilan website. Keuntungan yang didapat berasal dari barang atau jasa yang dijual. *Online Marketplace Merchant* (penjual) dan *Daily Deals Merchant* (penjual) mendapatkan keuntungan dari hasil penjualannya setelah dilakukan pemotongan *fee* oleh Penyelenggara *Online Marketplace* dan Penyelenggara *Daily Deals*.

Segmen berikutnya adalah metode *cash on delivery* (COD). Model bisnis ini sangat cocok digunakan di negara-negara berkembang karena model transaksinya yang sederhana. Klasifikasi pada DJP adalah model *e-commerce Classified Ads*. Keuntungannya adalah Penyelenggara *Classified Ads* tidak memfasilitasi kegiatan transaksi *online Classified Ads Merchant* (penjual), dapat menjual barang kapan saja, dimana saja secara gratis. Situs pada *Classified Ads* yang terkenal di Indonesia ialah Tokobagus dan Berniaga. Jadi, transaksi yang terjadi langsung antara penjual dan pembeli. Keuntungan yang didapat adalah melalui iklan premium yang masuk. *E-commerce Classified Ads* cocok bagi *Classified Ads Merchant* (penjual) yang hanya ingin menjual sekali saja, seperti barang bekas atau barang yang stoknya sedikit.

Kategori berikutnya adalah toko *online* yang berada di media sosial. Klasifikasi yang dimaksudkan dari DJP, sesuai dengan Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 adalah *e-commerce Online Retail*. Pelaku dari model bisnis ini adalah Penyelenggara *Online Retail* yang juga merangkap sebagai *Online Retail Merchant* (penjual) yang menjual barang dagangan atau jasa mereka kepada para konsumen. Penyelenggara *Online Retail* sekaligus *Online Retail Merchant* (penjual) menggunakan situs media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* bahkan melalui *Blackberry Message* (BBM) untuk mempromosikan barang dagangan atau jasa. Keuntungan dari model bisnis jenis ini adalah para *Online Retail Merchant* (penjual), tidak akan terbebani mengenai masalah tampilan maupun pengurusan website, alur transaksi oleh pihak ketiga dan lain-lain. Pada

model bisnis *Online Retail* ini transaksi dilakukan oleh *Online Retail Merchant* (penjual) dan Pembeli.

Segmentasi yang ada pada *e-commerce* telah disesuaikan dengan mekanisme perpajakan yang telah berlaku. Pihak DJP berusaha membuat skema yang berlangsung pada masing-masing jenis *e-commerce*. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan Wajib Pajak pelaku usaha *online* untuk penerimaan Negara serta menciptakan kondisi bisnis di Indonesia khususnya pada *e-commerce* secara baik dan teratur. Aspek perpajakan pada setiap proses bisnisnya menjadi landasan yang penting bagi fiskus dalam melakukan penelitian untuk para Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

2. Pengawasan Perpajakan di Bidang *E-commerce*

Transaksi *e-commerce* merupakan objek dan subjek pajak yang dapat dipungut atas pajaknya. Strategi perpajakan di bidang *e-commerce* seharusnya memiliki perlakuan yang berbeda untuk sistem dalam hal pengawasan. Pemerintah sebagai aktor dalam pembuat kebijakan, dalam hal ini adalah DJP yang bertanggungjawab untuk melakukan kewenangan atas pemungutan pajak di Indonesia. Pengawasan perpajakan dilakukan secara menyeluruh untuk pemungutan pajak di bidang *e-commerce* di Indonesia.

Kemunculan transaksi *e-commerce* di Indonesia menyebabkan *trend* baru di negara berkembang ini. Aspek ekonomi khususnya perpajakan menjadi fokus pemerintah untuk menghimpun pendanaan untuk APBN. Namun, pengawasan menjadi permasalahan tersendiri bagi DJP dalam perkembangan bisnis di dunia maya. *E-commerce* menjadi media perdagangan yang cukup efektif bagi

masyarakat. Kebutuhan akan informasi secara cepat dapat didapat melalui media elektronik, disanalah *e-commerce* berkembang.

Pernyataan mengenai pendapatan baru di dunia pajak *e-commerce* dijelaskan oleh Riyeke Ustadiyanto dalam bukunya yang berjudul *Framework E-commerce*. Adanya perkembangan teknologi memang mendorong masyarakat untuk mengembangkan aspek kehidupannya, salah satunya adalah bidang perpajakan.

“Perkembangan internet dan ekonomi informasi telah menciptakan kesempatan kerja dan kesempatan bisnis baru yang belum pernah ada sebelumnya. Pada gilirannya perkembangan aktivitas ekonomi dan output akan meningkatkan pendapatan individual dan keuntungan usaha, di mana konsekuensinya adalah sumber pajak baru dan pendapatan baru secara keseluruhan untuk seluruh pemerintahan.” (Riyeke, 2001:176)

Dapat ditarik kesimpulan bahwasanya perpajakan untuk bidang *e-commerce* ini memiliki kesempatan yang besar untuk terus bergerak tumbuh. Dari segi pendapatan negara mampu memberikan sumber baru dan hal itu berarti perpajakan juga perlu menyesuaikan diri.

Pengawasan yang terpenting adalah berasal dari sistem yang dimiliki dan dibuat oleh DJP serta pemerintah. Fasilitas pendukung untuk keamanan dirasa perlu disesuaikan untuk menjaring para pelaku usaha *online* yang masih belum terdaftar sebagai Wajib Pajak. Para pelaku tersebut seharusnya mendapatkan himbuan mengenai perpajakan yang berlangsung. Data-data mengenai identitas dari para pelaku usaha *online* wajib dimiliki oleh pihak DJP untuk memastikan mengenai transaksi yang berlangsung beserta aspek perpajakannya.

Untuk penegasan mengenai ketentuan perpajakan atas transaksi *e-commerce* sudah disusun dalam Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013. Maksud dan tujuan disusunnya Surat Edaran ini untuk mewujudkan keseragaman dalam memahami aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce*. Dengan tujuan untuk mengoptimalkan potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce* sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Pengawasan dari para AR juga sudah dilakukan dalam rangka pemenuhan kewajiban perpajakan bagi Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Pengawasan secara menyeluruh kepada Wajib Pajak pelaku usaha *online* dan sistem fasilitas pendukung dari DJP mampu meningkatkan potensi perpajakan dari transaksi *e-commerce*. Pengawasan tersebut berlaku dalam hal pemantauan terhadap maraknya berdagang dan berbelanja secara *online*. Kemudahan yang didapat baik dari sisi penjual maupun pembeli meningkatkan proses bisnis untuk *e-commerce*.

Secara garis besar, pengawasan para pegawai pajak khususnya AR dalam menangani permasalahan perpajakan masing-masing wilayahnya menjadi tolak ukur dalam perlakuan terhadap *e-commerce*. Upaya yang telah dilakukan masih bersifat manual dengan akses informasi yang tersedia, sebagai contoh media internet, surat kabar dan media informasi lainnya. Selayaknya, pihak DJP membuat sistem khusus dalam hal pengawasan yang nantinya akan membantu bagi para AR untuk melaksanakan tanggungjawabnya pada masing-masing wilayah perpajakannya. Sehingga, pengawasan yang dilakukan akan terjadi secara sistematis dan terukur.

3. Penanganan Perpajakan di Bidang *E-commerce*

Aspek perpajakan pada penanganan di bidang *e-commerce* merupakan hal yang sama pada aspek perpajakan untuk bidang perdagangan secara konvensional. Hal tersebut terletak pada PPh, PPN, PPnBM, dan Bea Meterai. Aspek perpajakan ini dikenakan atas kegiatan transaksi yang dilakukan. Hal tersebut akan mempermudah pihak fiskus dalam meneliti Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

Untuk PPh dapat dihitung berdasarkan peredaran usaha, penghasilan lain, maupun penghasilan bruto. PPN dapat dikenakan atas penyerahan dari Jasa Kena Pajak atau Barang Kena Pajak dan Bea Meterai terjadi pada saat para pelaku berkaitan dengan persetujuan dokumen elektronik mengenai syarat maupun tata cara pembelian dan penjualan. Hal tersebut digunakan untuk penanganan pajak di bidang *e-commerce* dalam hal pengisian Surat Pemberitahuan Tahunan, Surat Pemberitahuan Masa, dan Surat Pemberitahuan Masa PPN.

Penanganan perpajakan terkait dengan transaksi *e-commerce* memberikan ruang bagi pemenuhan potensi perpajakan. Secara umum penanganan yang sama diberikan untuk Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Aspek perpajakan yang timbul merupakan kewajiban dari Wajib Pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Penanganan para AR kepada Wajib Pajak pelaku usaha *online* berpotensi dalam meningkatkan penerimaan pada KPP Pratama Malang Selatan.

Aspek perpajakan dalam transaksi *e-commerce* menjadi penanganan yang membutuhkan peraturan yang jelas dan dapat digunakan pada setiap fungsi-fungsi pemerintah. Tanggungjawab dalam hal pemungutan serta pengenaan denda

perpajakan di bidang *e-commerce* memerlukan analisa terhadap sistem maupun fasilitas yang ada. Seperti yang dijelaskan oleh Rieyke dalam bukunya *Framework E-commerce* di bawah ini.

”Peraturan perpajakan yang benar haruslah mendukung fungsi-fungsi yang disandangnya dalam peraturan pemerintah. Seperti, pajak tidak dapat dikenakan atau dipungut dari orang-orang yang tidak punya kuasa atas bagaimana dana digunakan. Tanggungjawab penenaan denda dalam penarikan pajak terhadap firma-firma yang jauh melanggar beberapa prinsip penting dengan mengklaim batasan pada aktivitas-aktivitas ekonomi secara luas yang tidak berhubungan dengan manfaat yang dimaksudkan dalam peraturan perpajakan” (Rieyke, 2001:170)

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya penanganan perpajakan untuk transaksi *e-commerce* harus memperhatikan pokok-pokok persoalan ekonomi yang ada di Indonesia. Aspek perpajakan yang berlangsung memungkinkan pihak fiskus maupun Wajib Pajak dapat menyelenggarakan bidang ekonomi dengan baik. Kedua belah pihak wajib memberikan perlakuan timbal balik yang sepadan. Mengingat untuk sistem pemungutan yang ada di Indonesia adalah menggunakan *self assessment system*, dimana para Wajib Pajak melaksanakan kewajiban perpajakan dengan menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri jumlah besaran pajaknya. Sehingga, untuk penanganan terhadap *e-commerce* setidaknya mampu menggerakkan dari segi bidang bisnis para pelakunya serta transaksi yang berlangsung maupun terhadap aspek perpajakannya.

Dampak yang akan dihasilkan dengan adanya penanganan terhadap transaksi ini adalah perubahan ekonomi. Untuk pembangunan sistem keamanan bagi para pelaku usaha *online*, sistem perpajakan untuk peningkatan penerimaan

negara, maupun membangun kesadaran para Wajib Pajak pelaku usaha *online* untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya.

4. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam hal Pengawasan dan Penanganan Perpajakan di Bidang E-commerce

Secara keseluruhan peningkatan pendapatan perpajakan di Indonesia berasal dari kinerja para pegawai pajak dalam menghimpun penerimaan pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku serta dari kesadaran dan kepatuhan para Wajib Pajak. Keduanya memiliki fungsi masing-masing bagi pembangunan negara. Wajib Pajak sebagai bagian dari masyarakat yang tunduk kepada hukum akan hal kewajiban membayar pajak dan pegawai pajak yang sesuai dengan kode etik yang berlaku memiliki tanggungjawab untuk bekerja secara baik dan jujur dalam melayani Wajib Pajak serta melakukan penelitian untuk perbaikan peraturan perpajakan sesuai dengan keadaan yang ada.

Terkait hal tersebut, perkembangan teknologi menjadi faktor utama dalam pembentukan *e-commerce*. Transaksi melalui media elektronik ini menjadi sangat sering digunakan oleh para pelaku usaha dagang di Indonesia. Sehingga, nominal perputaran jumlah transaksi yang ada menjadi besar. Sejatinya, hal itu dapat mendorong pihak DJP dalam hal potensi penerimaan pajak untuk negara. Pengawasan dan Penanganan menjadi kegiatan yang harus dilakukan oleh seluruh pegawai pajak terhadap Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

KPP Pratama Malang Selatan menjadi salah satu kantor perpajakan yang berfungsi untuk melayani, meneliti, dan melakukan pengawasan terhadap transaksi jenis ini. Wajib Pajak pelaku usaha *online* menjadi fokus utama dalam

hal pengawasan dan penanganan yang dilakukan. Terhadap kegiatan tersebut, terdapat beberapa faktor yang akan mendukung serta menghambat proses pengawasan dan penanganan. Faktor-faktor tersebut setidaknya menjadi tolak ukur untuk kepentingan perpajakan di bidang *e-commerce*.

Faktor pendukung yang ada adalah adanya Surat Edaran yang ditujukan bagi internal DJP atau para pegawai pajak. Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 telah menjelaskan mengenai penegasan terhadap ketentuan perpajakan di bidang *e-commerce*. Mekanisme serta aspek perpajakan yang tertuang di dalamnya dapat menjadi landasan para pegawai pajak dalam hal pengawasan dan penanganan yang dilakukan, sehingga terdapat persamaan persepsi untuk setiap model bisnis *e-commerce*. Skema proses bisnis di dalamnya akan membantu pegawai pajak untuk mengetahui aspek perpajakan yang melekat di dalamnya.

Selain faktor pendukung tersebut, terdapat faktor penghambat yang menjadi permasalahan dalam hal pengawasan dan penanganan yang dilakukan. Faktor penghambat tersebut adalah sistem internal DJP yang belum mampu melacak para pelaku usaha *online* secara menyeluruh. Belum adanya peraturan yang mendukung perpajakan untuk *e-commerce*, secara garis besar memang tidak dibedakan antara *e-commerce* dengan perdagangan secara konvensional namun setidaknya terdapat peraturan khusus terhadap transaksi ini. Hal tersebut bertujuan, agar dapat membangun sistem bisnis yang baik di jaringan elektronik maupun untuk sistem perpajakan di Indonesia.

Berikutnya, untuk faktor penghambat adalah kepatuhan serta kesadaran para Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Tanpa kerjasama yang baik dari Wajib

pajak ini, pengawasan dan penanganan tidak akan berjalan maksimal. Mengingat, sistem pemungutan di Indonesia adalah *self assesment system*, dimana Wajib Pajak diberikan kepercayaan penuh oleh pemerintah untuk menghitung, menyeter, dan melaporkan pajak yang terutang. Pada KPP Pratama Malang Selatan kondisi tersebut masih menjadi penghambat dalam hal pengawasan dan penanganan, karena sebagian besar pelaku usaha *online* tidak memberikan identitas maupun peredaran usahanya yang terjadi secara *online*. Pihak fiskus juga kesulitan melacaknya, karena tidak terdapat bukti secara otentik.

Perkembangan globalisasi seperti ini, pemerintah khususnya DJP harus mampu menciptakan kondisi perpajakan yang teratur. *E-commerce* merupakan salah satu dari perluasan pasar dan kemajuan teknologi. Pemerintah harus siap terhadap fenomena ini, kebijakan yang mendasar adalah pengenaan yang adil dan pengelolaan penerimaan negara secara tepat. Hal tersebut akan mengembangkan sistem perpajakan di Indonesia. Pengawasan dan penanganan menjadi kunci utama untuk perkembangan perpajakan di bidang *e-commerce* saat ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari data dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka sebenarnya terdapat potensi perpajakan yang berasal dari intensifikasi terhadap adanya transaksi *e-commerce*. Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengawasan dan penanganan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang.
 - a. Penanganan yang dilakukan oleh KPP Pratama Malang Selatan terhadap para pelaku usaha *online* adalah dengan melakukan pelaksanaan peraturan yang sesuai dengan peraturan perpajakan pada umumnya, seperti PPh, PPN, PPnBM, dan Bea Meterai. Penanganan pada aspek perpajakan adalah sama dengan penanganan perpajakan pada perdagangan secara konvensional. Dimana, masing-masing proses bisnis dari model bisnis *e-commerce* memiliki subjek dan objek pajak yang wajib melakukan kewajiban perpajakannya. Aspek pajak tersebut menjadi landasan bagi para pegawai pajak dalam hal penanganan untuk para Wajib Pajak khususnya para pelaku usaha *online*. Mereka yang terlibat di dalamnya baik dari pelaku serta peredaran usaha yang dihasilkan

merupakan subjek dan objek di dalam perpajakan, baik untuk PPh, PPN, PPnBM, dan Bea Meterai.

- b. Pengawasan pada KPP Pratama Malang Selatan terhadap perpajakan di bidang *e-commerce* masih terkendala dalam hal melacak atau *tracking* para pelaku usaha *online* yang terlibat. Pelacakan yang dilakukan masih berkuat pada media informasi yang ada, seperti media internet, jejaring sosial, surat kabar dan media informasi lainnya. Kegiatan tersebut memungkinkan guna pengembangan basis pajak di wilayah KPP Pratama Malang Selatan. AR dari wilayah perpajakan Klojen, Kedungkandang, dan Sukun masih menyadari rendahnya potensi pajak dari sektor usaha *online*. Minimnya data yang tersedia baik secara internal maupun eksternal DJP belum mampu mengidentifikasi para pelaku usaha *online* tersebut. Pengawasan dilakukan dalam rangka intensifikasi dengan memberikan pelayanan yang baik serta pemahaman dari para AR kepada Wajib Pajak, baik secara administrasi perpajakan, mekanisme *e-commerce*, dan aspek perpajakan yang melekat di dalamnya.
- c. DJP telah membuat klasifikasi serta aspek perpajakan yang melekat pada kegiatan bisnis *e-commerce*. Hal tersebut termuat di dalam Surat Edaran dari Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 mengenai Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*. Tujuan diberikan surat edaran tersebut

kepada para pegawai pajak agar diketahui mengenai mekanisme, proses bisnis, serta aspek perpajakannya. Di lain hal, disusunnya Surat Edaran ini dalam rangka mewujudkan keseragaman untuk memahami aspek perpajakan yang timbul terhadap transaksi *e-commerce* guna mengoptimalkan potensi penerimaan pajak dari transaksi ini sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

d. Sanksi untuk para Wajib Pajak pelaku usaha *online*, KPP Pratama Malang Selatan memberikannya terkait dengan tindak pelanggaran perpajakan. Sanksi diberikan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Para AR melihat dari proses administratif para Wajib Pajak, sesuai dengan prosedur pengisian Surat Pemberitahuan Tahunan, jangka waktu pelaporan baik Surat Pemberitahuan Tahunan atau Surat Pemberitahuan Masa, dan produk hukum perpajakan lainnya. Sanksi yang terkait adalah sama dengan model bisnis pada perdagangan secara konvensional.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam pengawasan dan penanganan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang.

a. Faktor pendukung yang mampu menunjang pengawasan serta penanganan perpajakan di bidang *e-commerce* adalah adanya klasifikasi model bisnis *e-commerce* dan aspek perpajakan oleh DJP melalui Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013. Hal tersebut bertujuan untuk membantu pegawai pajak dalam memahami

transaksi *e-commerce* dan aspek perpajakan yang melekat di dalamnya.

- b. Faktor Penghambat dalam hal pengawasan dan penanganan perpajakan atas transaksi *e-commerce* adalah keberadaan sistem Internal dari DJP yang belum mampu memberikan kebutuhan data yang tepat untuk para pelaku usaha *online* dan peredaran transaksi yang terjadi, sehingga pegawai pajak dapat melakukan penelitian dan himbauan terhadap para pelaku usaha *online* tersebut.
- c. Faktor Penghambat selanjutnya pada pengawasan dan penanganan perpajakan di bidang *e-commerce* di KPP Pratama Malang Selatan adalah tingkat kepatuhan dan kesadaran Wajib Pajak tersebut untuk menjalankan kewajiban perpajakan. Adanya hubungan yang baik antara Wajib Pajak pelaku usaha *online* dan para pegawai pajak mampu memberikan kontribusi yang maksimal baik dari potensi penerimaan maupun sistem perpajakan yang ada. Kepatuhan dan kesadaran menjadi penting, dikarenakan sistem pemungutan di Indonesia adalah *self assessment system* dimana untuk perhitungan, penyetoran, dan pelaporan pajak dilakukan oleh Wajib Pajak yang bersangkutan.
- d. Selanjutnya, faktor penghambat yang ada adalah peraturan perpajakan khusus untuk transaksi *e-commerce*. Dibutuhkan regulasi yang tepat guna penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*. Transaksi ini merupakan perluasan pasar dari

perkembangan teknologi yang ada. Media yang digunakan adalah dengan jaringan elektronik. Para pelaku usaha tersebut mengambil ranah pada dunia maya, sehingga bukti fisik dari transaksi yang terjadi cenderung tidak nampak. Oleh karena itu, peraturan khusus dari DJP diperlukan guna peningkatan pengawasan dan penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*.

B. Saran

Proses yang diberikan pada transaksi *e-commerce* ini adalah dengan melibatkan media elektronik. Secara fisik para penjual maupun pembeli tidak bertatap muka secara langsung, sehingga pengawasan dan penanganan perpajakannya membutuhkan waktu dan tindakan khusus. Seluruh aspek yang berada pada transaksi *e-commerce* merupakan suatu subjek dan objek yang wajib dikenakan pajak.

Melihat dari hasil pengamatan dan penelitian yang dilakukan selama berada di KPP Pratama Malang Selatan, peneliti dapat memberikan saran terkait dengan pengawasan serta penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*. Hal ini diupayakan agar pemasukan dari bidang perpajakan untuk APBN dapat meningkat, seiring dengan potensi pada transaksi *e-commerce* di Indonesia yang meningkat pula. Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Memastikan pada para Wajib Pajak baru pelaku usaha *online* agar mendapatkan sosialisasi terkait perpajakan mengenai transaksi *e-commerce*. Sosialisasi dilakukan oleh setiap AR dalam rangka intensifikasi terhadap wilayahnya kepada pelaku usaha *online*. Hal ini dilaksanakan

agar para pelaku usaha *online* sadar terhadap kewajiban dan hak perpajakannya.

2. AR pada KPP Pratama Malang Selatan aktif dalam menjaring Wajib Pajak baru pelaku usaha *online* dengan cara melakukan *tracking* di media sosial maupun jejaring media internet lainnya. Dapat juga melalui data internal DJP atau media surat kabar. Selain itu, pihak DJP seharusnya telah mempersiapkan sistem yang terintegrasi dengan baik terhadap peredaran usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha *online* tersebut, agar pengawasan dan penanganan dapat dimaksimalkan.
3. Pihak DJP dapat bekerjasama dengan pihak Bank untuk melakukan pengawasan pada para Wajib Pajak pelaku usaha *online*, arsitektur perbankan yang ada seharusnya memungkinkan pihak DJP untuk dapat melakukan pengawasan atas aliran transaksi yang terjadi dalam *e-commerce*.
4. Pihak DJP dapat bekerjasama dengan organisasi yang menaungi para pelaku *e-commerce*. Contohnya pada Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA), yaitu wadah yang didirikan untuk pelaku industri *e-commerce*. Diciptakannya asosiasi ini guna menunjang kebutuhan pengembangan untuk transaksi *e-commerce* serta sumber daya manusia yang berada di dalamnya. Dengan adanya kerjasama yang baik, maka akan tercipta iklim yang kondusif untuk dunia bisnis dan dunia perpajakan.
5. Media sosial seperti halnya *twitter*, *facebook*, *instagram* dapat menciptakan sarana promosi bagi pengembangan industri *e-commerce*.

Maka, pihak KPP Pratama Malang Selatan dapat menggunakannya sebagai identifikasi dalam hal menangkap data pelaku *e-commerce* guna bahan pengembangan basis wilayah perpajakannya.

6. KPP Pratama Malang Selatan selaku kantor yang memiliki tugas dan fungsi untuk melakukan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan kepada Wajib Pajak diharapkan melakukan penelitian berupa klasifikasi terhadap model *e-commerce* dari para Wajib Pajak pelaku usaha *online* di wilayah kota Malang. Hal ini berguna untuk memudahkan dalam hal pengawasan dan penanganan dalam rangka intensifikasi untuk aspek perpajakan dari masing-masing model bisnis *e-commerce* yang berlangsung.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anggoro, Toha dkk. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Azwar, S. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anonim. 2010. *Susunan dalam Satu Naskah Undang-undang Perpajakan*. Malang: Kantor Pelayanan Pajak Pratama Batu.
- Casavera. 2009. *Undang-undang No. 36 Tahun 2008 Tentang PPh Perubahan dan Peraturan Terkini*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Erani, A. 2007. *Perekonomian Indonesia*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BPUNDIP.
- Husaini, U dan Purnomo, S. 2009. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ife, Jim dkk. 2008. *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan Edisi Revisi 2009*. Yogyakarta: ANDI.
- Mathew B. Miles, dan Michael A. Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Metode-Metode Baru terjemahan Tjejep Rohendi Rohidi*. Jakarta: UI press.
- Moleong, L. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nazir. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Singarimbun, M dan Efendi, S. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Suandy, E. 2008. *Hukum Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

- Sumarsan, T. 2010. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Indeks.
- Ustadiyanto, R. 2001. *Framework e-commerce*. Yogyakarta: ANDI.
- Wirdasari, D. 2009. *Teknologi E-commerce dalam Proses Bisnis*. Jurnal SAINTIKOM. LPPM STMIK TRIGUNA DHARMA.
- Irnawati, D. 2011. *Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis*. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis. Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Spica, L dan Robahi, L. 2009. *Penerapan E-commerce sebagai upaya Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan*. Jurnal. STIE PERBANAS SURABAYA.
- Vergina, dan Ratna J. 2009. *Pengaruh Ekstensifikasi dan Instensifikasi Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Palembang Ilir Barat*. Jurnal. STIE MDP.

UNDANG-UNDANG

- Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2000 tentang *Perubahan Tarif Bea Meterai dan Besarnya Batas Pengenaan Harga Nominal*.
- Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang *Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-commerce*.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang *Pajak Penghasilan*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang *Informasi dan Transaksi Elektronik*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2004 tentang *Perdagangan*.
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1985 tentang *Bea Meterai*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang *Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah*.

INTERNET

Website Kota Malang. 2011. *Tri Bina Cita Kota Malang*, (*online*), diakses pada tanggal 27 Desember 2013 dari [http://G:/Pemerintah Kota Malang Sekilas Malang Tri Bina Cita.htm](http://G:/Pemerintah_Kota_Malang_Sekilas_Malang_Tri_Bina_Cita.htm)

Website Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (*online*), diakses pada tanggal 28 Desember 2013 dari <https://www.google.co.id/search?q=Riset+APJII+teng+pengusaha+online&rls=org.mozilla:enUS:official&cad>

Website Daily. 2014. Tampilan website, (*online*), diakses pada tanggal 28 Desember 2014 dari <http://dailysocial.net/post/25-triliun-rupiah-nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-tahun-2012>

Website hukum *online.com*. 2012. *Ketentuan Perpajakan Usaha Online*, (*online*), diakses pada tanggal 28 Desember 2013 dari <http://ketentuan-perpajakan-usaha-online.html>

Website Nielsen. 2013. *2013 Online Advertising Performance Outlook*, (*online*), diakses pada tanggal 28 Desember 2013 dari <http://www.nielsen.com/id/en.html>

Website Bps. 2013. Badan Pusat Statistik Keuangan, (*online*), diakses pada tanggal 28 Desember 2013 dari http://bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2%&tabel=1&daftar=1&id_subyek=13¬ab=1

Website idEA. 2014. Profil idEA (Asosiasi E-commerce Indonesia), (*online*), diakses pada tanggal 8 Januari 2014 dari <https://www.idea.or.id>

Website Berniaga. 2014. Tampilan website, (*online*), diakses pada tanggal 17 April 2014 dari <https://www.berniaga.com/>

Website Diskon. 2014. Tampilan website, (*online*), diakses pada tanggal 17 April 2014 dari <https://diskon.com>

Website Mbakdiskon. 2014. Tampilan website, (*online*), diakses pada tanggal 17 April 2014 dari <https://mbakdiskon.com>

Website Zalora. 2014. Tampilan website, (*online*), diakses pada tanggal 17 April 2014 dari <http://www.zalora.co.id/women/>

Website Bhineka. 2014. Tampilan website, (*online*), diakses pada tanggal 22 Mei 2014 dari <http://www.bhinneka.com/asp/bhindexpc.aspx>



Glosarium



DJP	: Direktorat Jenderal Pajak
KPP	: Kantor Pelayanan Pajak
AR	: Account Representative
PPh	: Pajak Penghasilan
PPN	: Pajak Pertambahan Nilai
PPnBM	: Pajak Penjualan atas Barang Mewah
BUT	: Badan Usaha Tetap
NPWP	: Nomor Pokok Wajib Pajak
AJPII	: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
APBN	: Anggaran Pendapatan Belanja Negara
DUPAK	: Daftar Usulan Penilaian Angka Kredit
DIPA	: Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran
SPT	: Surat Pemberitahuan
PKP	: Pengusaha Kena Pajak
RKT	: Rencana Kerja Tahunan
Renstra	: Rencana Strategis
PK	: Penetapan Kinerja
LAKIP	: Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah

Interview Guide

1. Apakah memiliki Wajib Pajak yang melakukan perdagangan secara *e-commerce* di wilayah perpajakannya?
2. Apa yang menjadi permasalahan pada pelaksanaan pemungutan pajak di bidang *e-commerce* ?
3. Bagaimana penanganan yang dilakukan oleh *Account Representative* (AR) dalam pengawasan untuk pajak di bidang *e-commerce* ?
4. Bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh *Account Representative* (AR) dalam pengawasan untuk pajak di bidang *e-commerce* ?
5. Bagaimana dukungan berupa keberadaan fasilitas sistem terhadap pajak di bidang *e-commerce* dari Direktorat Jenderal Pajak ?
6. Bagaimana sanksi terhadap para pelaku usaha online terkait dengan pajak di bidang *e-commerce*?
7. Apa yang menjadi faktor pendukung dalam pengawasan dan penanganan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang ?
8. Apa yang menjadi faktor penghambat dalam pengawasan dan penanganan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang ?
9. Apa upaya yang dilakukan untuk penanganan para Wajib Pajak yang melakukan transaksi di bidang *e-commerce* ini?
10. Apa upaya yang dilakukan dalam hal pengawasan para Wajib Pajak yang melakukan transaksi di bidang *e-commerce* ini?
11. Bagaimanakah seharusnya regulasi peraturan yang tepat di bidang perpajakan terkait dengan transaksi *e-commerce* ini?



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

- Yth. 1. Para Kepala Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak
2. Para Kepala Kantor Pelayanan Pajak
3. Para Kepala Kantor Pelayanan, Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan

SURAT EDARAN
NOMOR SE-62/PJ/2013

TENTANG
PENEGASAN KETENTUAN PERPAJAKAN ATAS TRANSAKSI *E-COMMERCE*

A. Umum

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan transformasi model dan strategi bisnis yang perlu ditegaskan aspek perpajakannya. Pada prinsipnya, transaksi perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik, yang selanjutnya disebut *e-commerce* sama dengan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya, tetapi berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan. Oleh karena itu, tidak ada perbedaan perlakuan perpajakan antara transaksi *e-commerce* dan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya.

B. Maksud dan Tujuan

Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak ini disusun dalam rangka mewujudkan keseragaman dalam memahami aspek perpajakan atas transaksi *e-commerce* yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce* sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

C. Ruang Lingkup

Dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak ini diberikan penegasan mengenai aspek Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Pajak Penghasilan, dan Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah atas transaksi *e-commerce*.

D. Dasar

1. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 dan peraturan pelaksanaannya.
2. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 dan peraturan pelaksanaannya.
3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 dan peraturan pelaksanaannya.

E. Definisi

1. Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan adalah Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009.
2. Undang-Undang Pajak Penghasilan adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008.
3. Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009.
4. *E-commerce* adalah perdagangan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen melalui sistem elektronik.

F. Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*

Ketentuan dalam Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan dan peraturan pelaksanaannya juga berlaku bagi Wajib Pajak yang melakukan transaksi *e-commerce*. Ketentuan tersebut antara lain:

1. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
2. Setiap Wajib Pajak yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan objektif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, wajib mendaftarkan diri pada kantor Direktorat Jenderal Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan Wajib Pajak dan kepadanya diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak.

3. Setiap Wajib Pajak sebagai Pengusaha yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai, wajib melaporkan usahanya pada kantor Direktorat Jenderal Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan Pengusaha, dan tempat kegiatan usaha dilakukan untuk dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak.
4. Direktur Jenderal Pajak menerbitkan Nomor Pokok Wajib Pajak dan/atau mengukuhkan Pengusaha Kena Pajak secara jabatan apabila Wajib Pajak atau Pengusaha Kena Pajak tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana dimaksud pada angka 2 dan/atau angka 3.
5. Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan Wajib Pajak badan di Indonesia wajib menyelenggarakan pembukuan. Khusus bagi Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan diperbolehkan menghitung penghasilan neto dengan menggunakan Norma Penghitungan Penghasilan Neto dan Wajib Pajak orang pribadi yang tidak melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas, tidak wajib menyelenggarakan pembukuan, tetapi wajib melakukan pencatatan.
6. Setiap Wajib Pajak wajib mengisi Surat Pemberitahuan dengan benar, lengkap, dan jelas, dalam bahasa Indonesia dengan menggunakan huruf Latin, angka Arab, satuan mata uang Rupiah, dan menandatangani serta menyampaikan Surat Pemberitahuan ke kantor Direktorat Jenderal Pajak tempat Wajib Pajak terdaftar atau dikukuhkan atau tempat lain yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pajak.
7. Wajib Pajak dapat melakukan pembetulan Surat Pemberitahuan sepanjang belum dilakukan verifikasi dalam rangka penerbitan surat ketetapan pajak, pemeriksaan, atau pemeriksaan bukti permulaan.
8. Direktur Jenderal Pajak berwenang melakukan pemeriksaan untuk menguji kepatuhan pemenuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak dan untuk tujuan lain dalam rangka melaksanakan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
9. Wajib Pajak dapat mengajukan keberatan kepada Direktur Jenderal Pajak atas suatu surat ketetapan pajak atau pemotongan atau pemungutan pajak paling lama 3 (tiga) bulan sejak tanggal dikirim surat ketetapan pajak atau tanggal pemotongan atau pemungutan pajak.
10. Wajib Pajak dengan kriteria tertentu atau dengan persyaratan tertentu yang mengajukan permohonan pengembalian kelebihan pembayaran pajak kepada Direktur Jenderal Pajak, diterbitkan Surat Keputusan Pengembalian Pendahuluan Kelebihan Pajak paling lama 3 (tiga) bulan sejak permohonan diterima secara lengkap untuk Pajak Penghasilan dan paling lama 1 (satu) bulan sejak permohonan diterima secara lengkap untuk Pajak Pertambahan Nilai.
11. Setiap orang yang dengan sengaja tidak mendaftarkan diri untuk diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak atau tidak melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai

Pengusaha Kena Pajak sehingga dapat menimbulkan kerugian pada pendapatan negara dipidana penjara paling singkat 6 (enam) bulan dan paling lama 6 (enam) tahun dan denda paling sedikit 2 (dua) kali dan paling banyak 4 (empat) kali jumlah pajak terutang yang tidak atau kurang dibayar.

G. Ketentuan Pajak atas Penghasilan yang Diterima atau Diperoleh dari Transaksi *E-commerce*

Ketentuan dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan dan peraturan pelaksanaannya juga berlaku bagi Wajib Pajak yang melakukan transaksi *e-commerce*. Ketentuan tersebut antara lain:

1. Objek pajak adalah penghasilan, yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apa pun, antara lain tapi tidak terbatas pada:
 - a. penghasilan dari pekerjaan dalam hubungan kerja dan pekerjaan bebas;
 - b. penghasilan dari usaha dan kegiatan;
 - c. penghasilan dari modal, yang berupa harta gerak ataupun harta tak gerak, seperti bunga, dividen, royalti, sewa, dan keuntungan penjualan harta atau hak yang tidak dipergunakan untuk usaha; dan
 - d. penghasilan lain-lain.
2. Besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak dalam negeri dan bentuk usaha tetap, ditentukan berdasarkan penghasilan bruto dikurangi biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak orang pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak, sedangkan biaya yang tidak boleh dikurangkan adalah biaya-biaya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 Undang-Undang Pajak Penghasilan.
3. Atas objek pajak sebagaimana di maksud dalam angka 1, pelunasan Pajak Penghasilan dapat dilakukan melalui penyetoran sendiri, yaitu sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2), Pasal 15, Pasal 25, dan/atau Pasal 29 Undang-Undang Pajak Penghasilan, atau melalui mekanisme pemotongan/pemungutan, yaitu sesuai dengan ketentuan Pasal 4 ayat (2), Pasal 15, Pasal 21, Pasal 22, Pasal 23, dan/atau Pasal 26 Undang-Undang Pajak Penghasilan.
4. Dalam hal penghasilan dikenai Pajak Penghasilan yang bersifat final berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan, atas penghasilan tersebut dikenai Pajak Penghasilan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan tersebut.

H. Ketentuan Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah atas Transaksi *E-commerce*

Ketentuan dalam Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai dan peraturan pelaksanaannya juga berlaku bagi Wajib Pajak yang melakukan transaksi *e-commerce*. Ketentuan tersebut antara lain:

1. Pengusaha yang melakukan penyerahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a, huruf c, huruf f, huruf g, dan/atau huruf h Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai, kecuali pengusaha kecil yang batasannya ditetapkan oleh Menteri Keuangan, wajib melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak.

Pengusaha yang sejak semula bermaksud melakukan penyerahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a, huruf c, huruf f, huruf g, dan/atau huruf h Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai dapat melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak.

Pengusaha yang sudah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak wajib memungut, menyetor, dan melaporkan Pajak Pertambahan Nilai atau Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah yang terutang.

Penyetoran Pajak Pertambahan Nilai oleh Pengusaha Kena Pajak harus dilakukan paling lama akhir bulan berikutnya setelah berakhirnya Masa Pajak dan sebelum Surat Pemberitahuan Masa Pajak Pertambahan Nilai disampaikan.

Surat Pemberitahuan Masa Pajak Pertambahan Nilai disampaikan paling lama akhir bulan berikutnya setelah berakhirnya Masa Pajak.

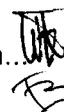
2. Objek Pajak Pertambahan Nilai atau objek Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah

a. Pajak Pertambahan Nilai dikenakan atas:

- 1) penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha yang telah dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak maupun pengusaha yang seharusnya dikukuhkan menjadi Pengusaha Kena Pajak tetapi belum dikukuhkan;
- 2) impor Barang Kena Pajak;
- 3) pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean; dan
- 4) ekspor Barang Kena Pajak Berwujud, ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, dan/atau ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak.

b. Di samping pengenaan Pajak Pertambahan Nilai sebagaimana dimaksud pada huruf a, dikenai juga Pajak Penjualan atas Barang Mewah terhadap:

- 1) penyerahan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah yang dilakukan oleh Pengusaha yang menghasilkan barang tersebut di dalam Daerah Pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya; dan
 - 2) impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.
3. Jenis barang dan/atau jenis jasa yang tidak dikenai Pajak Pertambahan Nilai adalah sebagaimana diatur dalam Pasal 4A Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai.
 4. Dasar Pengenaan Pajak adalah jumlah Harga Jual, Penggantian, Nilai Impor, Nilai Ekspor, atau Nilai Lain yang dipakai sebagai dasar untuk menghitung pajak yang terutang.
 - a. Harga Jual adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh penjual karena penyerahan Barang Kena Pajak, tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai yang dipungut menurut Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.
 - b. Penggantian adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh pengusaha karena penyerahan Jasa Kena Pajak, ekspor Jasa Kena Pajak, atau ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, tetapi tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai yang dipungut menurut Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak atau nilai berupa uang yang dibayar atau seharusnya dibayar oleh Penerima Jasa karena pemanfaatan Jasa Kena Pajak dan/atau oleh penerima manfaat Barang Kena Pajak Tidak Berwujud karena pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean.
 - c. Nilai Impor adalah nilai berupa uang yang menjadi dasar penghitungan bea masuk ditambah pungutan berdasarkan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai kepabeanan dan cukai untuk impor Barang Kena Pajak, tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah yang dipungut menurut Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai.
 - d. Nilai Ekspor adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh eksportir.
 - e. Nilai Lain adalah nilai berupa uang yang ditetapkan sebagai Dasar Pengenaan Pajak. Ketentuan mengenai Nilai Lain diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan.
 5. Saat dan tempat terutang Pajak Pertambahan Nilai.
 - a. Terutangnya Pajak Pertambahan Nilai terjadi pada saat:
 - 1) penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau penyerahan Jasa Kena Pajak;
 - 2) impor Barang Kena Pajak;



- 3) pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean;
 - 4) ekspor Barang Kena Pajak Berwujud, ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, dan/atau ekspor Jasa Kena Pajak; atau
 - 5) pembayaran, dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan Barang Kena Pajak atau sebelum penyerahan Jasa Kena Pajak atau dalam hal pembayaran dilakukan sebelum dimulainya pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud atau Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean.
- b. Tempat Pajak Pertambahan Nilai terutang:
- 1) Pengusaha Kena Pajak yang melakukan penyerahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a, huruf c, huruf f, huruf g, dan/atau huruf h Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai terutang pajak di tempat tinggal atau tempat kedudukan dan/atau tempat kegiatan usaha dilakukan atau tempat lain selain tempat tinggal atau tempat kedudukan dan/atau tempat kegiatan usaha dilakukan yang diatur dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak.
 - 2) Dalam hal impor, terutangnya pajak terjadi di tempat Barang Kena Pajak dimasukkan dan dipungut melalui Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.
 - 3) Orang pribadi atau badan yang memanfaatkan Barang Kena Pajak tidak berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf d dan huruf e Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai terutang pajak di tempat tinggal atau tempat kedudukan dan/atau tempat kegiatan usaha.
6. Kewajiban pembuatan Faktur Pajak bagi Pengusaha Kena Pajak yang melakukan:
- a. penyerahan Barang Kena Pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a atau huruf f dan/atau Pasal 16D Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai;
 - b. penyerahan Jasa Kena Pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf c Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai;
 - c. ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf g Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai; dan/atau
 - d. ekspor Jasa Kena Pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf h Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai,
- dan ketentuan mengenai Faktur Pajak mengacu pada ketentuan sebagaimana diatur dalam Pasal 13 Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai dan peraturan pelaksanaannya.

I. Lain-Lain

1. Contoh penerapan ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Undang-Undang Pajak Penghasilan, dan Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai terkait dengan transaksi *e-commerce* adalah sebagaimana dimaksud dalam Lampiran Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak ini.
2. Dengan diterbitkannya Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak ini maka diminta agar seluruh unit terkait di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak untuk melakukan sosialisasi, penggalan potensi penerimaan, dan pengawasan terkait dengan pelaksanaan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak ini.

Demikian disampaikan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 27 Desember 2013



DIREKTUR JENDERAL PAJAK,

A. FUAD RAHMANY
NIP. 195411111981121001

Tembusan:

1. Sekretaris Direktorat Jenderal Pajak
2. Para Direktur di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak
3. Para Tenaga Pengkaji di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak
4. Kepala Pusat Pengolahan Data dan Dokumentasi Perpajakan
5. Kepala Kantor Pengolahan Data dan Dokumen Perpajakan
6. Kepala Kantor Pengolahan Data Eksternal
7. Kepala Kantor Layanan Informasi dan Pengaduan Direktorat Jenderal Pajak



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

LAMPIRAN

SURAT EDARAN DIREKTUR JENDERAL PAJAK
NOMOR SE-62/PJ/2013
TENTANG
PENEGASAN KETENTUAN PERPAJAKAN ATAS TRANSAKSI *E-COMMERCE*

[Handwritten signature]

MODEL BISNIS E-COMMERCE DAN ASPEK PERPAJAKANNYA

Transaksi *e-commerce* merupakan salah satu jenis transaksi yang kompleks dan berkembang pesat di Indonesia. Pada praktiknya, terdapat beberapa model dalam penyelenggaraan transaksi *e-commerce*. Lampiran Surat Edaran ini memberikan gambaran tentang proses bisnis, *revenue model*, dan contoh penerapan ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Undang-Undang Pajak Penghasilan, dan Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai terkait dengan 4 (empat) model transaksi *e-commerce*, yaitu *Online Marketplace*, *Classified Ads*, *Daily Deals*, dan *Online Retail*. Dalam hal terdapat perbedaan antara gambaran model, detail proses bisnis, dan beberapa istilah yang dipergunakan dalam Lampiran Surat Edaran ini dengan praktik yang terjadi di dunia usaha yang terus-menerus mengalami modifikasi dan perkembangan, maka diperlukan analisis lebih lanjut sesuai dengan situasi dan kondisi yang secara nyata terjadi.

Proses bisnis dan *revenue model* atas keempat model bisnis transaksi *e-commerce* di atas serta penerapan ketentuan peraturan perpajakan yang terkait dijelaskan lebih lanjut dalam uraian di bawah ini.

1. *Online Marketplace*

a. Definisi

Online Marketplace adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa Toko Internet di Mal Internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang dan/atau jasa.

b. Deskripsi

- 1) Mal Internet adalah situs perbelanjaan yang berbasis internet yang terdiri dari beberapa Toko Internet yang dikelola oleh Penyelenggara *Online Marketplace*.
- 2) Toko Internet adalah bagian dari Mal Internet yang ditawarkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* sebagai tempat kegiatan usaha.
- 3) Penyelenggara *Online Marketplace* adalah pihak yang menjalankan kegiatan usaha Mal Internet.
- 4) *Online Marketplace Merchant* adalah pihak yang membuka dan mengoperasikan Toko Internet untuk melakukan penjualan barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet.
- 5) Pembeli adalah pihak yang melakukan pembelian barang dan/atau jasa dari *Online Marketplace Merchant* di Toko Internet melalui Mal Internet.
- 6) Perjanjian adalah kontrak yang ditandatangani oleh *Online Marketplace Merchant* dan Penyelenggara *Online Marketplace* yang isinya dapat mengatur tentang syarat dan ketentuan yang berlaku tentang tata cara pengoperasian Toko Internet melalui Mal Internet dan tata cara penjualan barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet.

- 7) *Monthly Fixed Fee* yang dikenal juga dengan istilah *Rent Fee*, *Registration Fee*, *Fixed Fee*, atau *Subscription Fee* adalah imbalan atas jasa penyediaan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di Toko Internet melalui Mal Internet.
 - 8) *Per Sale Fee* adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh *Online Marketplace Merchant* kepada Penyelenggara *Online Marketplace* sebagai komisi atas jasa perantara pembayaran atas penjualan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh *Online Marketplace Merchant* di Toko Internet melalui Mal Internet. *Per Sale Fee* umumnya berupa persentase atas nilai transaksi penjualan dan dipotong dari nilai transaksi.
 - 9) *Point Fee* adalah bonus/*reward* dalam bentuk poin yang memiliki nilai uang, yang diberikan oleh *Online Marketplace Merchant* kepada Pembeli atas pembelian barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet. *Point Fee* dikelola oleh Penyelenggara *Online Marketplace* dan hanya dapat digunakan untuk melakukan pembelian barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet tersebut. *Point Fee* umumnya berupa persentase atas nilai transaksi penjualan dan dipotong oleh Penyelenggara *Online Marketplace* dari nilai transaksi penjualan tersebut.
 - 10) Pembeli melakukan pembayaran atas transaksi yang dilakukan melalui *Escrow Account* yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace*.
 - 11) *Online Marketplace Merchant* mengirimkan barang dan/atau jasa kepada Pembeli baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman setelah menerima pemberitahuan dari Penyelenggara *Online Marketplace* bahwa Penyelenggara *Online Marketplace* telah menerima pembayaran dari Pembeli.
 - 12) Setiap transaksi penjualan barang dan/atau jasa di Toko Internet melalui Mal Internet dilakukan antara Pembeli dengan *Online Marketplace Merchant* sehingga Penyelenggara *Online Marketplace* tidak bertanggungjawab atas setiap kehilangan atau kerugian pasca transaksi penjualan barang dan/atau jasa.
- c. Pihak-pihak terkait
- 1) Penyelenggara *Online Marketplace*;
 - 2) *Online Marketplace Merchant* ; dan
 - 3) Pembeli.

e. Proses Bisnis

1) Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu

- a) *Online Marketplace Merchant* melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace*.
- b) Penyelenggara *Online Marketplace* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan *invoice* atas *Monthly Fixed Fee*.
- c) *Online Marketplace Merchant* melakukan pembayaran atas *Monthly Fixed Fee* melalui rekening Penyelenggara *Online Marketplace*.
- d) Penyelenggara *Online Marketplace* menyediakan tempat dan/atau waktu kepada *Online Marketplace Merchant* untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di Toko Internet melalui Mal Internet.

2) Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa

- a) *Online Marketplace Merchant* menawarkan barang dan/atau jasa yang akan dijual dengan mengunggah data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual di Toko Internet melalui Mal Internet.
- b) Penyelenggara *Online Marketplace* melakukan verifikasi dan menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual di Toko Internet melalui Mal Internet.
- c) Pembeli melakukan pemesanan di Toko Internet melalui Mal Internet. Untuk memesan barang dan/atau jasa di Mal Internet, beberapa Penyelenggara *Online Marketplace* mensyaratkan Pembeli untuk mendaftarkan diri.
- d) Penyelenggara *Online Marketplace* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli di Toko Internet melalui Mal Internet (contohnya jenis barang, harga barang, jumlah barang, metode pembayaran, mekanisme pengiriman, dan biaya-biaya terkait lainnya).
- e) Pembeli melakukan pembayaran melalui *Escrow Account* yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace*.
- f) Penyelenggara *Online Marketplace* di Toko Internet melalui Mal Internet menyampaikan notifikasi kepada *Online Marketplace Merchant* untuk melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli.
- g) *Online Marketplace Merchant* melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli, baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman. Selanjutnya, *Online Marketplace Merchant* juga mengirimkan notifikasi kepada Penyelenggara *Online Marketplace* untuk memberitahu bahwa *Online Marketplace Merchant* telah melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli.

- 3) Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan kepada *Online Marketplace Merchant* oleh Penyelenggara *Online Marketplace*
 - a) Penyelenggara *Online Marketplace* menyetor hasil penjualan kepada *Online Marketplace Merchant* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh *Online Marketplace Merchant*.
 - b) Jumlah yang disetor oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* adalah sebesar nilai transaksi dikurangi dengan per *Sale Fee, Point Fee*, serta tagihan lainnya.
 - c) Periode penyetoran hasil penjualan oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* adalah sesuai dengan isi Perjanjian.
- f. Aspek Perpajakan
- 1) Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu

Pajak Penghasilan

- Objek Pajak** : Penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek Pajak Penghasilan (PPh) yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
- Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang *content* (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan.
- Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis *Online Marketplace* ini dapat berupa *Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee*, atau *Subscription Fee*.
- Subjek Pajak** : Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi
- Dasar hukum** : Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- Tarif** : Untuk Penyelenggara *Online Marketplace* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.
- Pemotongan PPh** : Apabila *Online Marketplace 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.

Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

Tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN, atau berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berlaku.

Pajak Pertambahan Nilai

Objek Pajak : Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan Jasa Kena Pajak (JKP).

Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang *content* (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan.

Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis *Online Marketplace* ini dapat berupa *Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee, atau Subscription Fee.*

Penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean atau pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dikenai PPN.

DPP : Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Online Marketplace* karena penyerahan JKP, tidak termasuk yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.

Dasar hukum : 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1) huruf c dan huruf e, Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN;
2. Pasal 6, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 ayat (1), ayat (5), ayat (6), dan ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.

Saat PPN terutang : 1. Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, yaitu pada:

-
- a. Saat:
 - 1) harga atas penyerahan JKP diakui sebagai piutang atau penghasilan, atau pada saat diterbitkan faktur penjualan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP), sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan diterapkan secara konsisten; atau
 - 2) kontrak atau perjanjian ditandatangani, dalam hal saat sebagaimana dimaksud pada angka 1) tidak diketahui.
 - b. Saat pembayaran, dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean.
 2. Saat pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean, yaitu pada saat:
 - a. harga perolehan JKP tersebut dinyatakan sebagai utang oleh pihak yang memanfaatkannya;
 - b. penggantian JKP tersebut ditagih oleh pihak yang menyerahkannya; atau
 - c. harga perolehan JKP tersebut dibayar baik sebagian atau seluruhnya,
yang terjadi lebih dahulu, atau pada tanggal ditandatanganinya kontrak atau perjanjian, dalam hal saat terjadinya pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean sebagaimana tersebut di atas tidak diketahui.

Saat : Sama dengan saat PPN terutang

**Pembuatan
Faktur Pajak
Faktur Pajak**

- : 1. Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, Faktur Pajak dibuat oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant*.
2. Untuk pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean, Surat Setoran Pajak (SSP) atas penyeteroran PPN, yang merupakan dokumen tertentu yang kedudukannya dipersamakan dengan Faktur Pajak, dibuat oleh *Online Marketplace Merchant*.

2) Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa

Pajak Penghasilan

Objek Pajak : Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh.

Apabila penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek pemotongan/ pemungutan PPh, maka wajib untuk dilakukan pemotongan/pemungutan PPh.

Subjek Pajak : Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa. Penjual barang

	atau penyedia jasa dalam contoh proses bisnis <i>Online Marketplace</i> ini adalah <i>Online Marketplace Merchant</i> .
Dasar hukum	: Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, Pasal 21, Pasal 22, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
Tarif	: Untuk pihak <i>Online Marketplace Merchant</i> sebagai penjual barang atau penyedia jasa dalam <i>Online Marketplace</i> yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.
Pemotongan/ Pemungutan 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 dengan tarif dan tata cara sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Pajak Pertambahan Nilai	
Objek Pajak	: Penyerahan yang dilakukan oleh <i>Online Marketplace Merchant</i> kepada Pembeli Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP), yang dapat berupa: <ol style="list-style-type: none">1. penyerahan BKP dan/atau penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean; dan/atau2. ekspor BKP Berwujud, ekspor BKP Tidak Berwujud, dan/atau ekspor JKP.
DPP	: Harga jual, penggantian, dan/atau nilai ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh <i>Online Marketplace Merchant</i> karena penyerahan BKP dan/atau JKP (contohnya harga barang dan/atau jasa, biaya pengiriman, asuransi, dan lain-lain).
Dasar hukum	: 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1), Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN; dan 2. Pasal 6, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.
Saat PPN terutang	: Saat pembayaran diterima oleh Penyelenggara <i>Online Marketplace</i> atas pembelian BKP dan/atau JKP
Saat Pembuatan Faktur Pajak	: Sama dengan saat PPN terutang
Faktur Pajak	: Dibuat oleh <i>Online Marketplace Merchant</i> kepada Pembeli.

- 3) Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan Kepada *Online Marketplace Merchant* Oleh Penyelenggara *Online Marketplace*

Pajak Penghasilan

- Objek Pajak** : Penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
Imbalan sehubungan jasa perantara pembayaran dalam contoh proses bisnis *Online Marketplace* ini dapat berupa *Per Sale Fee* dan/atau tagihan lainnya.
- Subjek Pajak** : Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran. Penyedia jasa perantara pembayaran dalam contoh proses bisnis *Online Marketplace* ini adalah penyelenggara *Online Marketplace*.
- Dasar hukum** : Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- Tarif** : Untuk pihak Penyelenggara *Online Marketplace* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.
- Pemotongan PPh** : Apabila *Online Marketplace 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.
Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa perantara pembayaran adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.
Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.
Tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan dari jasa perantara pembayaran adalah sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN, atau berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berlaku.

Pajak Pertambahan Nilai

- Objek Pajak** : Jasa perantara pembayaran, yang diserahkan oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant*, merupakan *Jasa Kena Pajak (JKP)*.
Penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean atau pemanfaatan

	JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dikenai PPN.
DPP	: Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh <i>Online Marketplace Merchant</i> karena penyerahan JKP berupa jasa perantara pembayaran (contohnya per <i>Sale Fee</i> , biaya <i>service provider settlement</i> , <i>fee</i> penggunaan kartu kredit/kartu debit/ <i>internet banking</i> , dan lain-lain), tidak termasuk PPN yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.
Dasar hukum	: 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1) huruf c dan huruf e, Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN; dan 2. Pasal 6, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 ayat (1), ayat (5), ayat (6), dan ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.
Saat PPN terutang	: 1. Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, yaitu pada: a. Saat: 1) harga atas penyerahan JKP diakui sebagai piutang atau penghasilan, atau pada saat diterbitkan faktur penjualan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP), sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan diterapkan secara konsisten; atau 2) kontrak atau perjanjian ditandatangani, dalam hal saat sebagaimana dimaksud huruf a tidak diketahui. b. Saat pembayaran, dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean. 2. Untuk pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean, yaitu pada saat: a. harga perolehan JKP tersebut dinyatakan sebagai utang oleh pihak yang mememanfaatkannya; b. penggantian JKP tersebut ditagih oleh pihak yang menyerahkannya; atau c. harga perolehan JKP tersebut dibayar baik sebagian atau seluruhnya, yang terjadi lebih dahulu, atau pada tanggal ditandatanganinya kontrak atau perjanjian, dalam hal saat terjadinya pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean sebagaimana tersebut di atas tidak diketahui.
Saat Pembuatan Faktur Pajak	: Sama dengan saat PPN terutang

Faktur Pajak : Dibuat oleh Penyelenggara *Online Marketplace* kepada *Online Marketplace Merchant* .

2. *Classified Ads*

a. Definisi

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 ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.

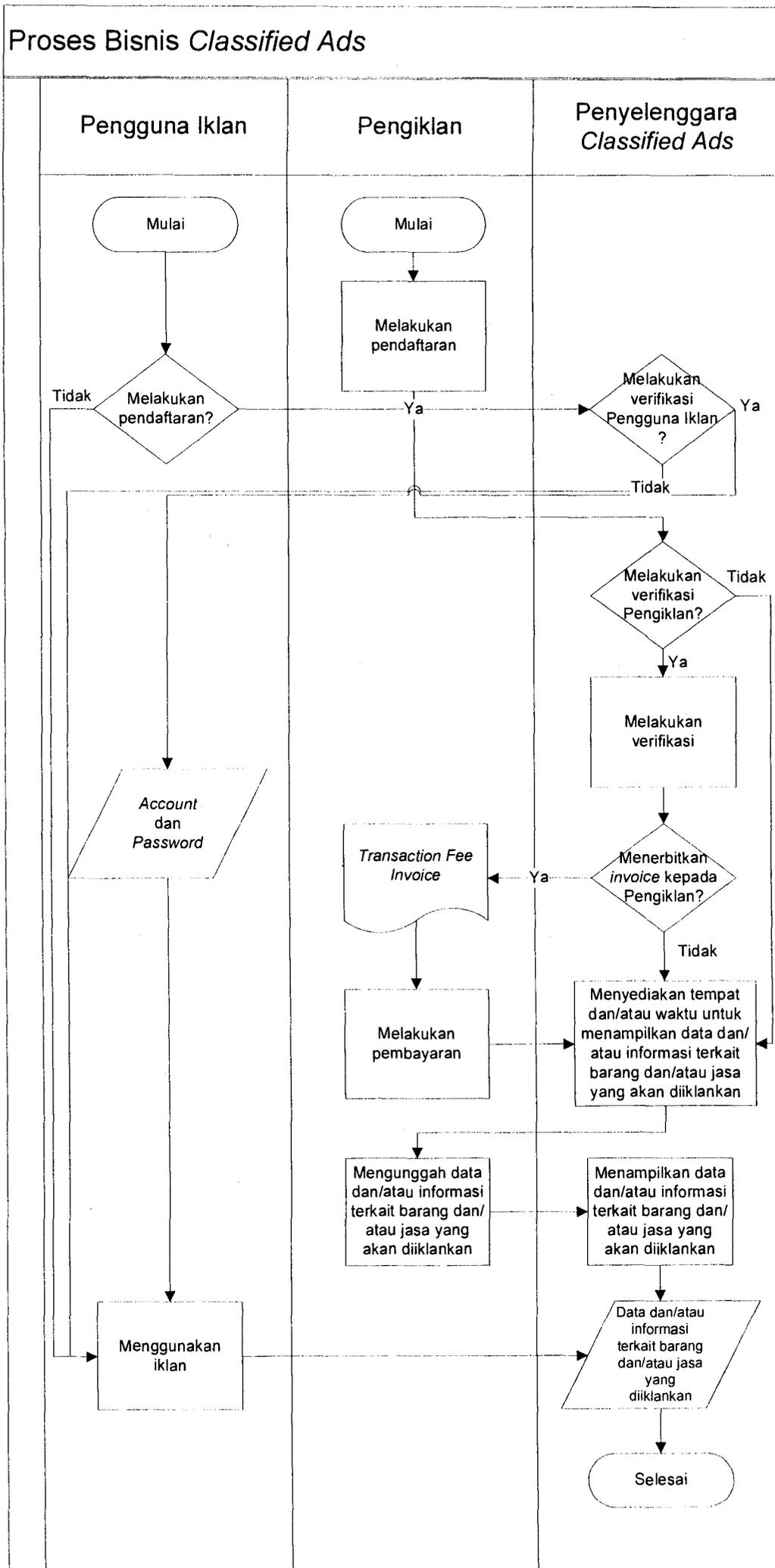
b. Deskripsi

- 1) Penyelenggara *Classified Ads* adalah pihak yang menyediakan tempat bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.
- 2) Pengiklan adalah pihak yang memasang iklan dengan menggunakan situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.
- 3) Pengguna Iklan adalah pihak yang menggunakan iklan dipasang di situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.
- 4) Perjanjian adalah kontrak yang ditandatangani oleh Pengiklan dan Penyelenggara *Classified Ads* yang isinya dapat mengatur tentang syarat dan ketentuan yang berlaku tentang tata cara pemasangan iklan di situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.
- 5) *Transaction Fee* adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh pengiklan kepada penyelenggara *Classified Ads* sebagai pembayaran atas jasa menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* barang dan/atau jasa tersebut dapat berupa teks, grafik, video penjelasan, informasi dan lain-lain.
- 6) Ruang lingkup *Classified Ads* adalah mulai dari Pengiklan melakukan pendaftaran untuk memasang iklan sampai dengan Pengiklan memasang iklan di situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.

c. Pihak-pihak terkait

- 1) Penyelenggara *Classified Ads*;
- 2) Pengiklan; dan
- 3) Pengguna Iklan.

d. Bagan Arus (Flowchart)



e. Proses Bisnis

- 1) Pengiklan melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.
- 2) Penyelenggara *Classified Ads* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan *invoice* atas *Transaction Fee*. Proses verifikasi dan penerbitan *invoice* merupakan proses opsional karena dalam beberapa contoh, Penyelenggara *Classified Ads* tidak melakukan verifikasi dan menerbitkan *invoice* atas *Transaction Fee*.
- 3) Dalam hal Penyelenggara *Classified Ads* memungut *Transaction Fee*, Pengiklan melakukan pembayaran atas *Transaction Fee* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Classified Ads*.
- 4) Penyelenggara *Classified Ads* memberikan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu kepada Pengiklan untuk memasang iklan di situs *Classified Ads*.
- 5) Pengiklan mengunggah data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan diiklankan melalui situs *Classified Ads*.
- 6) Penyelenggara *Classified Ads* menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan diiklankan melalui situs *Classified Ads*. Beberapa Penyelenggara *Classified Ads* akan menyeleksi terlebih dahulu iklan yang layak ditampilkan berdasarkan peraturan yang berlaku.

f. Aspek Perpajakan

Pajak Penghasilan

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. Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang <i>content</i> (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan. Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis <i>Classified Ads</i> ini dapat berupa <i>transaction fee</i> .
Subjek Pajak	: Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
Dasar hukum	: Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
Tarif	: Untuk pihak Penyelenggara <i>Classified Ads</i> sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan

bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.

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 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

Tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN, atau berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berlaku.

Pajak Pertambahan Nilai

Objek Pajak : Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan Jasa Kena Pajak (JKP).

Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang *content* (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan.

Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis *Classified Ads* ini dapat berupa *Transaction Fee*.

Penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean atau pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dikenai PPN.

DPP : 1. Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Classified Ads* karena penyerahan JKP, tidak termasuk PPN yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.

-
2. Dalam hal Pengiklan tidak perlu membayar (gratis) untuk pemasangan iklan di tempat yang disediakan oleh Pengelola *Classified Ads*, maka Pengelola *Classified Ads* melakukan pemberian cuma-cuma yang terutang PPN kepada Pengiklan. DPP untuk pemberian cuma-cuma JKP adalah Penggantian setelah dikurangi laba kotor.
- Dasar hukum** : 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1) huruf c dan huruf e, Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN;
2. Pasal 6, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 ayat (1), ayat (5), ayat (6), dan ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.
3. Pasal 2 huruf b PMK Nomor 75/PMK.03/2010 sebagaimana telah diubah dengan PMK Nomor 38/PMK.011/2013.
- Saat PPN terutang** : 1. Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, yaitu pada:
- a. Saat:
- 1) harga atas penyerahan JKP diakui sebagai piutang atau penghasilan, atau pada saat diterbitkan faktur penjualan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP), sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan diterapkan secara konsisten;
- 2) kontrak atau perjanjian ditandatangani, dalam hal saat sebagaimana dimaksud pada angka 1) tidak diketahui;
- 3) mulai tersedianya fasilitas atau kemudahan untuk dipakai secara nyata, baik sebagian atau seluruhnya, dalam hal pemberian cuma-cuma atau pemakaian sendiri JKP; atau
- b. Saat pembayaran, dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan JKP.
2. Saat pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean, yaitu pada saat :
- a. harga perolehan JKP tersebut dinyatakan sebagai utang oleh pihak yang memanfaatkannya;
- b. penggantian JKP tersebut ditagih oleh pihak yang menyerahkannya; atau
- c. harga perolehan JKP tersebut dibayar baik sebagian atau seluruhnya,
-

yang terjadi lebih dahulu, atau pada tanggal ditandatanganinya kontrak atau perjanjian, dalam hal saat terjadinya pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean sebagaimana tersebut di atas tidak diketahui.

- Saat Pembuatan Faktur Pajak Faktur Pajak** :
- : Sama dengan saat PPN terutang.
 - : 1. Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, Faktur Pajak dibuat oleh Penyelenggara *Classified Ads* kepada pengiklan.
 - : 2. Untuk pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean, Surat Setoran Pajak (SSP) atas penyeteran PPN, yang merupakan dokumen tertentu yang kedudukannya dipersamakan dengan Faktur Pajak, dibuat oleh Pengiklan.
-

3. *Daily Deals*

a. Definisi

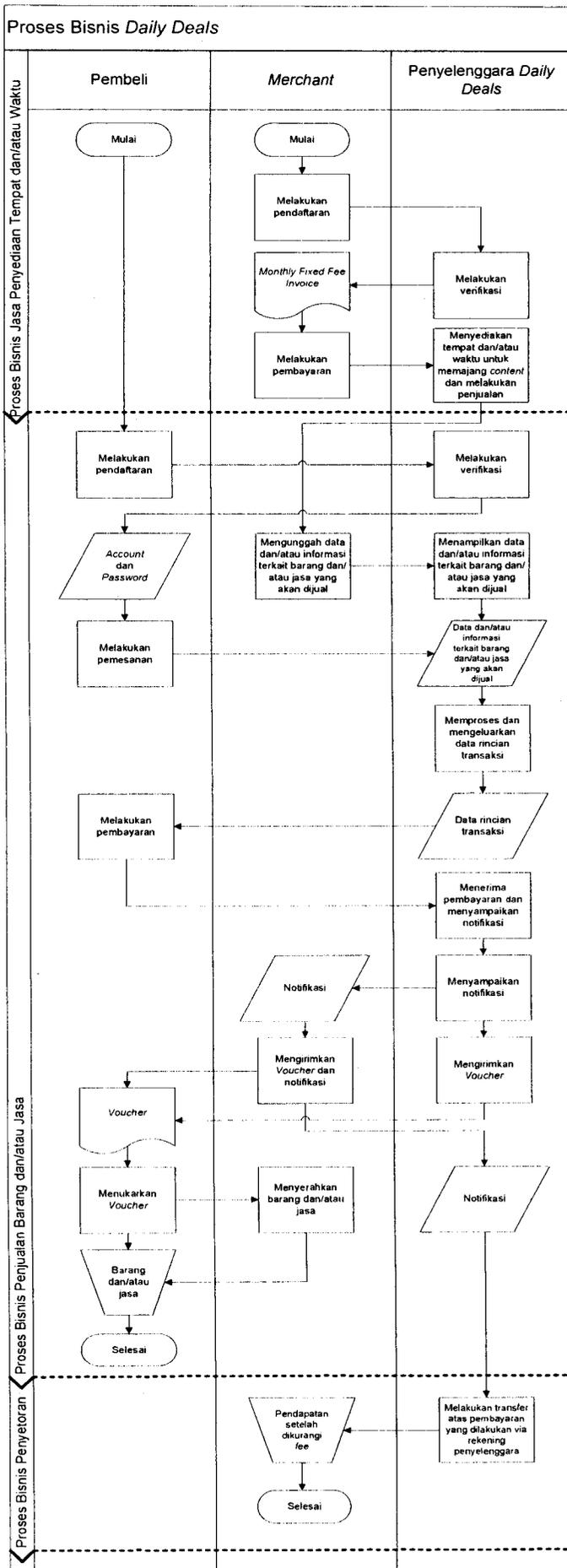
Daily Deals merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada Pembeli dengan menggunakan *Voucher* sebagai sarana pembayaran.

b. Deskripsi

- 1) Situs *Daily Deals* adalah situs perbelanjaan yang berbasis internet yang dikelola oleh Penyelenggara *Daily Deals*.
- 2) Penyelenggara *Daily Deals* adalah pihak yang menjalankan kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa.
- 3) *Merchant Daily Deals* adalah pihak yang menjual barang dan/atau jasa dengan menggunakan fasilitas *Voucher* melalui situs *Daily Deals*.
- 4) *Voucher* adalah alat tukar untuk produk dan layanan tertentu dari *Daily Deals Merchant* yang diterbitkan oleh *Daily Deals Merchant* atau Penyelenggara *Daily Deals* dan hanya bisa didapatkan oleh Pembeli melalui situs *Daily Deals*.
- 5) Pembeli adalah pihak yang melakukan pembelian barang dan/atau jasa dari *Daily Deals Merchant* melalui situs *Daily Deals* dengan menggunakan fasilitas *Voucher*.
- 6) Perjanjian adalah kontrak yang ditandatangani oleh *Daily Deals Merchant* dan Penyelenggara *Daily Deals* yang isinya mengatur tentang syarat dan ketentuan yang berlaku tentang tata cara penjualan barang dan/atau jasa melalui situs *Daily Deals*.
- 7) *Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee, atau Subscription Fee* adalah imbalan atas jasa penyediaan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di situs *Daily Deals*.

- 8) *Per Sale Fee* adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh *Daily Deals Merchant* kepada Penyelenggara *Daily Deals* sebagai komisi atas penjualan barang dan/atau jasa milik *Daily Deals Merchant* melalui situs *Daily Deals*.
 - 9) Pembeli akan mendapatkan *Voucher* setelah melakukan pembayaran atas transaksi pembelian melalui rekening Penyelenggara *Daily Deals*. *Voucher* tersebut digunakan oleh Pembeli untuk ditukarkan dengan barang dan/atau jasa yang dibeli.
 - 10) Penyerahan barang dan/atau jasa dapat dilakukan dengan cara menukar langsung di tempat *Daily Deals Merchant* , dikirimkan oleh *Daily Deals Merchant* , atau dengan cara lainnya.
 - 11) Setiap transaksi penjualan barang dan/atau jasa melalui situs *Daily Deals* dilakukan antara Pembeli dengan *Daily Deals Merchant*. Penyelenggara *Daily Deals* tidak bertanggung jawab atas setiap kehilangan atau kerugian pascatransaksi penjualan barang dan/atau jasa.
- c. Pihak-pihak terkait
- 1) Penyelenggara *Daily Deals*;
 - 2) *Daily Deals Merchant*; dan
 - 3) Pembeli.

d. Bagan Arus (Flowchart)



Handwritten signature or initials.

e. Proses Bisnis

- 1) Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu
 - a) *Daily Deals Merchant* melakukan pendaftaran dan memberikan persetujuan atas Perjanjian yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Daily Deals*.
 - b) Penyelenggara *Daily Deals* melakukan verifikasi, menyetujui permohonan pendaftaran dan menerbitkan invoice atas *Monthly Fixed Fee*.
 - c) *Daily Deals Merchant* melakukan pembayaran atas *Monthly Fixed Fee* melalui rekening Penyelenggara *Daily Deals*.
 - d) Penyelenggara *Daily Deals* memberikan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu kepada *Daily Deals Merchant* untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa dan melakukan penjualan di situs *Daily Deals*.
- 2) Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa
 - a) *Daily Deals Merchant* menawarkan barang dan/atau jasa yang akan dijual dengan mengunggah data dan atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual melalui situs *Daily Deals*.
 - b) Pembeli melakukan pemesanan melalui situs *Daily Deals*. Sebelum melakukan pemesanan, Pembeli mendaftarkan diri untuk mendapatkan akun agar dapat bertransaksi di situs *Daily Deals*.
 - c) Penyelenggara *Daily Deals* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli melalui situs *Daily Deals* (contohnya jenis barang, harga barang, jumlah barang, metode pembayaran, mekanisme pengiriman, dan biaya-biaya terkait lainnya).
 - d) Pembeli melakukan pembayaran melalui rekening yang ditetapkan oleh Penyelenggara *Daily Deals*.
 - e) Penyelenggara *Daily Deals* mengeluarkan notifikasi kepada *Daily Deals Merchant* bahwa barang dan/atau jasanya telah dibeli oleh Pembeli.
 - f) Penyelenggara *Daily Deals* atau *Daily Deals Merchant* menyampaikan *Voucher* kepada Pembeli. *Voucher* diterbitkan oleh *Daily Deals Merchant* atau Penyelenggara *Daily Deals* dan hanya bisa didapatkan oleh Pembeli melalui situs *Daily Deals*. *Voucher* tersebut digunakan oleh Pembeli untuk ditukarkan dengan barang dan/atau jasa yang dibeli.
 - g) Pembeli menukarkan *Voucher* dengan barang dan/atau jasa yang dibeli dari *Daily Deals Merchant*. Penyerahan barang dan/atau jasa dapat dilakukan dengan cara menukar langsung di tempat *Daily Deals Merchant*, dikirimkan oleh *Daily Deals Merchant*, atau dengan cara lainnya.
- 3) Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan kepada *Daily Deals Merchant* oleh Penyelenggara *Daily Deals*
 - a) Penyelenggara *Daily Deals* menyetor hasil penjualan kepada *Daily Deals Merchant* melalui rekening yang telah ditetapkan oleh *Daily Deals Merchant*.

- b) Jumlah yang disetor oleh Penyelenggara *Daily Deals* kepada *Daily Deals Merchant* adalah sebesar nilai transaksi dikurangi dengan *per Sale Fee*.
- c) Periode penyetoran hasil penjualan oleh Penyelenggara *Daily Deals* kepada *Daily Deals Merchant* adalah sesuai dengan isi perjanjian.

f. Aspek Perpajakan

1) Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu

Pajak Penghasilan

- 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.
Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan.
- Subjek Pajak** : orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
- Dasar hukum** : Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- Tarif** : Untuk Penyelenggara *Daily Deals* sebagai penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak
- Pemotongan PPh** : 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 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.
Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.
Tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah

bruto tidak termasuk PPN, atau berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berlaku.

Pajak Pertambahan Nilai

- Objek Pajak** : Jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan Jasa Kena Pajak (JKP).
Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, dan lain lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan.
Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis *Daily Deals* ini dapat berupa *Monthly Fixed Fee*.
Penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean atau pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dikenai PPN.
- DPP** : Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Daily Deals* karena penyerahan JKP, tidak termasuk PPN yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.
- Dasar hukum** : 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1) huruf c dan huruf e, Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN;
2. Pasal 6, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 ayat (1), ayat (5), ayat (6), dan ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.
- Saat PPN terutang** : 1. Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, yaitu pada:
a. Saat:
1) harga atas penyerahan JKP diakui sebagai piutang atau penghasilan, atau pada saat diterbitkan faktur penjualan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP), sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan diterapkan secara konsisten;
2) kontrak atau perjanjian ditandatangani, dalam hal saat sebagaimana dimaksud pada angka 1) tidak diketahui; atau
b. Saat pembayaran, dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan JKP.
2. Saat pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean, yaitu pada saat:
a. harga perolehan JKP tersebut dinyatakan sebagai utang oleh pihak yang memanfaatkannya;
b. penggantian JKP tersebut ditagih oleh pihak yang menyerahkannya; atau

c. harga perolehan JKP tersebut dibayar baik sebagian atau seluruhnya, yang terjadi lebih dahulu, atau pada tanggal ditandatanganinya kontrak atau perjanjian, dalam hal saat terjadinya pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean sebagaimana tersebut di atas tidak diketahui.

- Saat Pembuatan Faktur Pajak Faktur Pajak** : Sama dengan saat PPN terutang.
- Faktur Pajak** : 1. Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, Faktur Pajak dibuat oleh Penyelenggara *Daily Deals* kepada *Daily Deals Merchant* .
2. Untuk pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean, Surat Setoran Pajak (SSP) atas penyeteroran PPN, yang merupakan dokumen tertentu yang kedudukannya dipersamakan dengan Faktur Pajak, dibuat oleh *Daily Deals Merchant* .

2) Proses Bisnis Penjualan Barang dan/atau Jasa

Pajak Penghasilan

- Objek Pajak** : Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh.
- Apabila penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek pemotongan/ pemungutan PPh, maka wajib untuk dilakukan pemotongan/pemungutan PPh.
- Subjek Pajak** : Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa. Penjual barang atau penyedia jasa dalam contoh proses bisnis *Daily Deals* ini disebut dengan istilah *Daily Deals Merchant*.
- Dasar hukum** : Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, Pasal 21, Pasal 22, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- Tarif** : Untuk *Merchant Daily Deals* sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.
- Pemotongan/ Pemungutan 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 dengan tarif dan tata cara sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pajak Pertambahan Nilai

- Objek Pajak** : Penyerahan yang dilakukan oleh *Daily Deals Merchant* kepada Pembeli BKP dan/atau JKP, yang dapat berupa:
1. penyerahan BKP dan/atau penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean; dan/atau
 2. ekspor BKP Berwujud, ekspor BKP Tidak Berwujud, dan/atau ekspor JKP.
- DPP** : Harga jual, penggantian, dan/atau nilai ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh *Daily Deals Merchant* karena penyerahan BKP dan/atau JKP (contohnya harga barang dan/atau jasa, biaya pengiriman, asuransi, dan lain-lain), tidak termasuk PPN yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.
- Dasar hukum** : 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1), Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN; dan
2. Pasal 6, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.
- Saat PPN terutang** : Saat pembayaran diterima oleh Penyelenggara *Daily Deals* atas pembelian *Voucher* untuk perolehan BKP dan/atau JKP.
- Saat Pembuatan Faktur Pajak Faktur Pajak** : Sama dengan saat PPN terutang.
: Dibuat oleh *Daily Deals Merchant* kepada Pembeli.

3) Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan kepada *Daily Deals Merchant* Oleh Penyelenggara *Daily Deals*

Pajak Penghasilan

- Objek Pajak** : Penghasilan dari jasa perantara pembayaran merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26.
- Imbalan sehubungan jasa perantara pembayaran dalam contoh proses bisnis *Daily Deals* ini dapat berupa *per Sale Fee, Point Fee* serta tagihan lainnya.
- Subjek Pajak** : Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran. Penyedia jasa perantara pembayaran dalam contoh proses bisnis *Daily Deals* ini adalah Penyelenggara *Daily Deals*.
- Dasar hukum** : Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- 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 yang dihitung dari penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak

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 sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa perantara pembayaran adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

Tarif PPh Pasal 26 atas penghasilan dari jasa perantara pembayaran adalah sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN, atau berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B) yang berlaku.

Pajak Pertambahan Nilai

Objek Pajak : Jasa perantara pembayaran, yang diserahkan oleh Penyelenggara *Daily Deals* kepada *Daily Deals Merchant*, merupakan Jasa Kena Pajak (JKP).

Penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean atau pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean dikenai PPN.

DPP : Penggantian, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh Penyelenggara *Daily Deals* karena penyerahan JKP berupa jasa perantara pembayaran (contohnya per *Sale Fee*, biaya *settlement service provider*, *fee* penggunaan kartu kredit/kartu debit/*internet banking*, dan lain-lain), tidak termasuk PPN yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.

Dasar hukum : 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1) huruf c dan huruf e, Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN; dan
2. Pasal 6, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 ayat (1), ayat (5), ayat (6), dan ayat (7) Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.

Saat PPN terutang : 1. Untuk penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean, yaitu pada:

a. Saat:

- 1) harga atas penyerahan JKP diakui sebagai piutang atau penghasilan, atau pada saat diterbitkan faktur penjualan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP), sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum dan diterapkan secara konsisten;
- 2) kontrak atau perjanjian ditandatangani, dalam hal saat sebagaimana dimaksud huruf a pada angka 1) tidak diketahui; atau

- b. Saat pembayaran, dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan JKP.
2. Saat pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean, yaitu pada saat:
 - a. harga perolehan JKP tersebut dinyatakan sebagai utang oleh pihak yang memanfaatkannya;
 - b. penggantian JKP tersebut ditagih oleh pihak yang menyerahkannya; atau
 - c. harga perolehan JKP tersebut dibayar baik sebagian atau seluruhnya, yang terjadi lebih dahulu, atau pada tanggal ditandatanganinya kontrak atau perjanjian, dalam hal saat terjadinya pemanfaatan JKP dari luar Daerah Pabean sebagaimana tersebut di atas tidak diketahui.

Saat : Sama dengan saat PPN terutang.

Pembuatan

Faktur Pajak

Faktur Pajak

: Dibuat oleh Penyelenggara *Daily Deals* kepada *Daily Deals Merchant*.

4. *Online Retail*

a. Definisi

Online Retail adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara *Online Retail* kepada Pembeli di situs *Online Retail*.

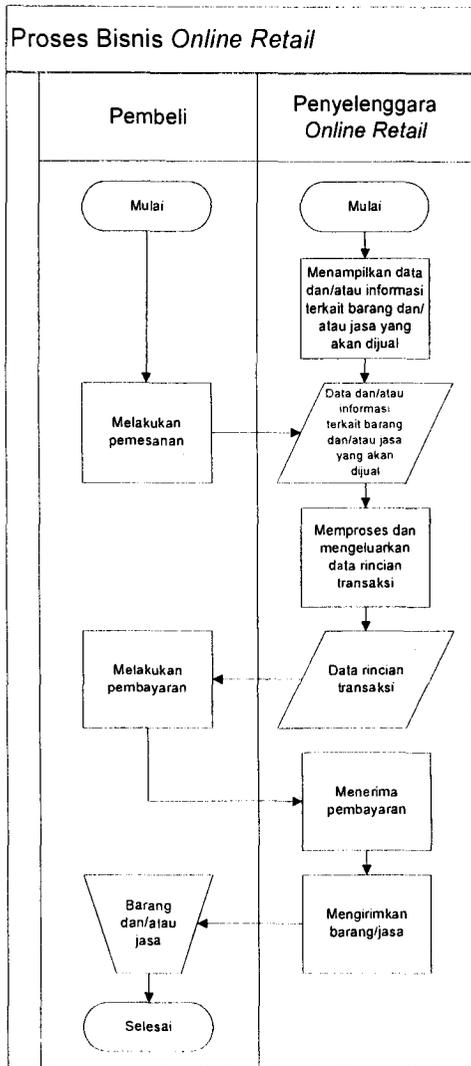
b. Deskripsi

- 1) Situs *Online Retail* adalah situs perbelanjaan yang berbasis internet yang dikelola oleh Penyelenggara *Online Retail*.
- 2) Penyelenggara *Online Retail* adalah pihak yang memiliki situs *Online Retail* dan sekaligus sebagai pihak yang melakukan penjualan barang dan/atau jasa.
- 3) Pembeli adalah pihak yang melakukan pembelian barang dan/atau jasa dari Penyelenggara *Online Retail* melalui situs *Online Retail*.
- 4) Pembeli melakukan pembayaran antara lain melalui rekening yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Retail*, kartu kredit atau menggunakan uang tunai (*cash on delivery*).
- 5) Penyelenggara *Online Retail* mengirimkan barang, jasa dan/atau *Voucher* kepada Pembeli baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman.

c. Pihak-pihak terkait

- 1) Penyelenggara *Online Retail* sekaligus sebagai *Online Retail Merchant*; dan
- 2) Pembeli.

d. Bagan Arus (Flowchart)



e. Proses Bisnis

- 1) Penyelenggara *Online Retail* menampilkan data dan/atau informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dijual melalui situs *Online Retail*.
- 2) Pembeli melakukan pemesanan melalui situs *Online Retail*. Sebelum melakukan pemesanan, beberapa Penyelenggara *Online Retail* mensyaratkan Pembeli untuk mendaftarkan diri.
- 3) Penyelenggara *Online Retail* mengeluarkan rincian transaksi beserta jumlah yang harus dibayar oleh Pembeli melalui situs *Online Retail* (contohnya jenis barang, harga barang, jumlah barang, metode pembayaran, mekanisme pengiriman, dan biaya-biaya terkait lainnya).
- 4) Pembeli melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening bank yang telah ditetapkan oleh Penyelenggara *Online Retail*, kartu kredit, atau menggunakan uang tunai (*Cash On Delivery*).
- 5) Penyelenggara *Online Retail* melakukan pengiriman barang dan/atau jasa kepada Pembeli, baik dengan menggunakan fasilitas pengiriman sendiri atau melalui penyedia jasa pengiriman.

f. Aspek Perpajakan

Pajak Penghasilan

- Objek Pajak** : Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh.
Apabila penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek pemotongan/ pemungutan PPh, maka wajib untuk dilakukan pemotongan/pemungutan PPh.
- Subjek Pajak** : Orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa. penjual barang atau penyedia jasa dalam contoh proses bisnis *Online Retail* adalah Penyelenggara *Online Retail*.
- Dasar hukum** : Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, Pasal 21, Pasal 22, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.
- Tarif** : Untuk pihak Penyelenggara *Online Retail* (sekaligus *Merchant*) sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari:
1. Penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan serta untuk Wajib Pajak Orang Pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak; atau
 2. Penghasilan neto dengan menggunakan norma penghitungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 Undang-Undang PPh dan untuk Wajib Pajak orang pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.
- Pemotongan/ Pemungutan 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 dengan tarif dan tata cara sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pajak Pertambahan Nilai

- Objek Pajak** : Penyerahan yang dilakukan oleh Penyelenggara *Online Retail* kepada Pembeli BKP dan/atau JKP, yang dapat berupa:
1. penyerahan BKP dan/atau penyerahan JKP di dalam Daerah Pabean; dan/atau
 2. ekspor BKP Berwujud, ekspor BKP Tidak Berwujud, dan/atau ekspor JKP.
- DPP** : Harga jual, penggantian, dan/atau nilai ekspor, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh

Penyelenggara *Online Retail* karena penyerahan BKP dan/atau JKP (contohnya harga barang dan/atau jasa, biaya pengiriman, asuransi, dan lain-lain), tidak termasuk PPN yang dipungut dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak.

Dasar hukum : 1. Pasal 1, Pasal 4 ayat (1), Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 13 Undang-Undang PPN; dan
2. Pasal 6, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, dan Pasal 17 Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012.

Saat PPN terutang : 1. Saat penyerahan BKP dan/atau JKP untuk transaksi *cash on delivery*; atau
2. Saat pembayaran diterima oleh Penyelenggara *Online Retail* atas pembelian BKP dan/atau JKP untuk transaksi *non-cash on delivery*.

Saat Pembuatan Faktur Pajak : Sama dengan saat PPN terutang

Faktur Pajak : Dibuat oleh Penyelenggara *Online Retail* kepada Pembeli.



DIREKTUR JENDERAL PAJAK,

A. FUAD RAHMANY

NIP 195411111981121001



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
KANTOR WILAYAH JAWA TIMUR III
KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA MALANG SELATAN

JALAN MERDEKA UTARANO. 3 MALANG-65119
TELEPON (0341)361121/361971 FAKSIMALE (0341)364407 SITUS. www.pajak.go.id
LAYANAN INFORMASI DAN KELUHAN KRING PAJAK (021)500200
E-MAIL pengaduan @pajak.go.id

SURAT KETERANGAN
Nomor KET- 068/WPJ.12/KP.1401/2014

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bayu Kaniskha
NIP : 196803231988031002
Pangkat / Golongan Ruang : Pembina / IV.a
Jabatan : Kepala Kantor

dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Anita Aprilia
NIM : 105030400111003
Program Studi : Perpajakan
Jurusan : Administrasi Bisnis
Lembaga Pendidikan : Universitas Brawijaya Malang

telah melakukan penelitian dengan metode pengumpulan data melalui deskriptif kualitatif dan wawancara dengan *Account Representative* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan mulai tanggal 27 Maret 2014 sampai dengan tanggal 03 Juni 2014.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya..



Malang, 27 Juni 2014
Kepala Kantor

Bayu Kaniskha
NIP 196803231988031002



CURRICULUM VITAE

Nama : ANITA APRILIA

Nomor Induk Mahasiswa : 105030400111003

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat dan Tanggal Lahir : Surabaya, 30 April 1992

Email : anitaaprilias30@gmail.com

No. Telepon : 085257021089

Hobi : Menulis

Pendidikan Formal : 1. SDN Sidoklumpuk I Sidoarjo (1998 – 2004)

2. SMP Negeri 5 Sidoarjo (2004 – 2007)

3. SMK PGRI 2 Sidoarjo (2007 – 2010)

4. Universitas Brawijaya Malang (2010 – 2014)

Pendidikan Non – Formal : 1. DAT *Professional Level*

2. Peserta Magang “Seksi Pengawasan dan Konsultasi
I pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang
Selatan”

Pengalaman Organisasi

1. Staf Administrasi dan Organisasi HIMABIS
(Himpunan Mahasiswa Administrasi Bisnis)
(2011-2012)
2. Sekretaris Umum LPM DIANNS FIA UB
(2011 – 2012)
3. Sekretaris Umum LPM DIANNS FIA UB
(2012 – 2013)
4. Sekretaris Umum LPM DIANNS FIA UB
(2013 – 2014)

