

**ALTERNATIF SISTEM PEMAJAKAN
TRANSAKSI CASHBACK DALAM
MENINGKATKAN COOPERATIVE
COMPLIANCE DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

NAJA ASOKA

NIM. 165030401111022

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

MALANG

2020



MOTTO

*“Selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdoa,
selalu ada jalan bagi mereka yang sering berusaha.”*

-Naja Asoka

*Aku lebih suka berusaha melakukan sesuatu yang hebat dan
gagal daripada berusaha untuk tidak melakukan apapun dan
berhasil.*

-Robert H.Schüller



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Alternatif Sistem Pemajakan Transaksi *Cashback* Dalam
Meningkatkan *Cooperative Compliance* Di Indonesia.

Disusun Oleh : Naja Asoka

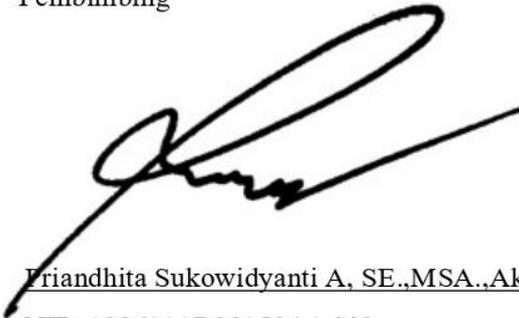
NIM : 165030401111022

Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Perpajakan

Malang, 17 Juni 2020

Pembimbing



Priandhita Sukowidyanti A, SE.,MSA.,Ak

NIP. 19861117 201504 1 002



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

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

Hari : **Senin**

Tanggal : **13 Juli 2020**

Jam : **09.00 WIB**

Skripsi Atas Nama : **Naja Asoka**

Judul : **Alternatif Sistem Pemajakan Transaksi *Cashback* Dalam Meningkatkan *Cooperative Compliance* Di Indonesia.**

Dan dinyatakan

LULUS

Majelis Penguji

Ketua

Priandhita Sukowidyanti A, SE.,MSA.,Ak

NIP. 19861117 201504 1 002

Anggota

Anggota

Dessanti Putri Sekti A, SE, MSA, Ak

NIP. 198812232015042001

Latifah Hanum, SE, MSA, Ak

NIK. 2014058406172001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi yang berjudul “**Alternatif Sistem Pemajakan Transaksi *Cashback* Dalam Meningkatkan *Cooperative Compliance* Di Indonesia**” tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digunakan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 17 Juni 2020

Yang membuat pernyataan



Naja Asoka
NIM. 165030401111022

RINGKASAN

Naja Asoka, 2020. Alternatif Sistem Pemajakan Transaksi *Cashback* Dalam Meningkatkan *Cooperative Compliance* Di Indonesia. Priandhita Sukowidyanti A, SE.MSA.AK (226 + xiii halaman)

Era digital secara signifikan telah mendorong inovasi teknologi berkembang sangat masif dan cepat. Beberapa inovasi teknologi telah menciptakan suatu *creative destruction* dalam masyarakat yang ditandai dengan perubahan model bisnis dari konvensional menjadi *virtual*. Salah satu sektor yang mengalami disrupsi adalah sektor keuangan yang dikenal dengan *Financial Technology* (*Fintech*). Kemunculan *fintech* mendorong *startup fintech* untuk ikut saling bersaing mengembangkan layanan dengan menawarkan berbagai potongan harga dalam bentuk *cashback*. Perkembangan *cashback* yang sangat pesat membuat *cashback* berpotensi untuk dikenakan pajak di Indonesia, tetapi sampai saat ini Indonesia belum memiliki peraturan mengenai pemajakan atas transaksi *cashback*. Penelitian ini akan berfokus tentang pendefinisian *cashback* sebagai suatu objek Pajak Penghasilan (PPH). Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis sistem pemajakan yang sesuai diterapkan untuk pemajakan transaksi *cashback* dan dalam meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data interaktif model Miles, Huberman dan Saldana. Analisis data yang digunakan yaitu dengan pengumpulan data, mereduksi data, penyajian data, dan terakhir penarikan kesimpulan. Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi transaksi *cashback* sebagai penghasilan kena pajak berdasarkan *The Accretion Theory of Income*, alternatif sistem pemajakan yang sesuai diterapkan dalam transaksi *cashback* di Indonesia dan istem pemajakan dapat mendorong terwujudnya *cooperative compliance* di Indonesia sesuai dengan model kepatuhan *Australian Tax Office* (ATO).

Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian ini adalah *cashback* dapat dikategorikan sebagai penghasilan sesuai dengan teori akresi dan Undang-undang Undang No. 36 Tahun 2008 pasal 4 ayat 1. Selanjutnya, alternatif sistem *withholding tax* dapat diterapkan dalam pemotongan pajak atas transaksi *cashback*. Perhitungan pajaknya mengikuti mekanisme perhitungan PER-11/PJ/2015 tentang Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Hadiah dan Penghargaan. Serta penerapan *withholding tax* atas pajak penghasilan transaksi *cashback* dianggap mampu meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia.

Kata Kunci: Digital Disruption, Cashback Transactions, Income Tax, Withholding Tax, Cooperative Compliance

SUMMARY

Naja Asoka. 2020. Taxation System Alternative for Cashback Transaction in Improving Cooperative Compliance in Indonesia. Priandhita Sukowidyanti A, SE.MSA.AK (226 + xiii page)

The digital age has significantly launched. Technology is developing very massive and fast. Some technological innovations have created creative destruction in a society characterized by changes in business models from conventional to virtual. One sector that has been disrupted is the financial sector, known as Financial Technology (Fintech). The emergence of fintech has encouraged fintech startups to compete with one another in developing services by offering various discounts in the form of cashback. The very rapid development of cashback has made the cashback approved to be taxed in Indonesia, but until now Indonesia has no regulations on taxation of cashback transactions. This research will discuss defining money back as an income tax object (PPH). Also, this study will analyze the appropriate taxation system applied for taxation of cashback transactions and improve cooperative compliance in Indonesia.

This research uses qualitative research by studying case studies. Data collection techniques using interviews, documentation, and literature study. Analysis of the data used in this study is the analysis of Miles, Huberman, and Saldana's interactive model data. Analysis of the data used is to collect data, reduce data, present data, and finally collect conclusions. The focus of this study is to identify cashback transactions as a taxable study based on the Income Theory of Income, alternative taxation systems that are suitable for cashback transactions in Indonesia and taxation can be used to encourage the realization of cooperative compliance in Indonesia by the Australian Tax Office (ATO) model.

The conclusion based on the results of this study is that cashback can be categorized as by accretion theory and Law Number 36 the Year 2008 article 4 paragraph 1. Furthermore, an alternative tax deduction system can be used in paying tax on cashback transactions. The imposition of Income Taxes on Gifts and Awards. And the application of withholding tax for taxes related to cashback transactions is considered capable of increasing cooperative compliance in Indonesia.

Keywords: Digital Disruption, Cashback Transactions, Income Tax, Withholding Tax, Cooperative Compliance

DAFTAR ISI

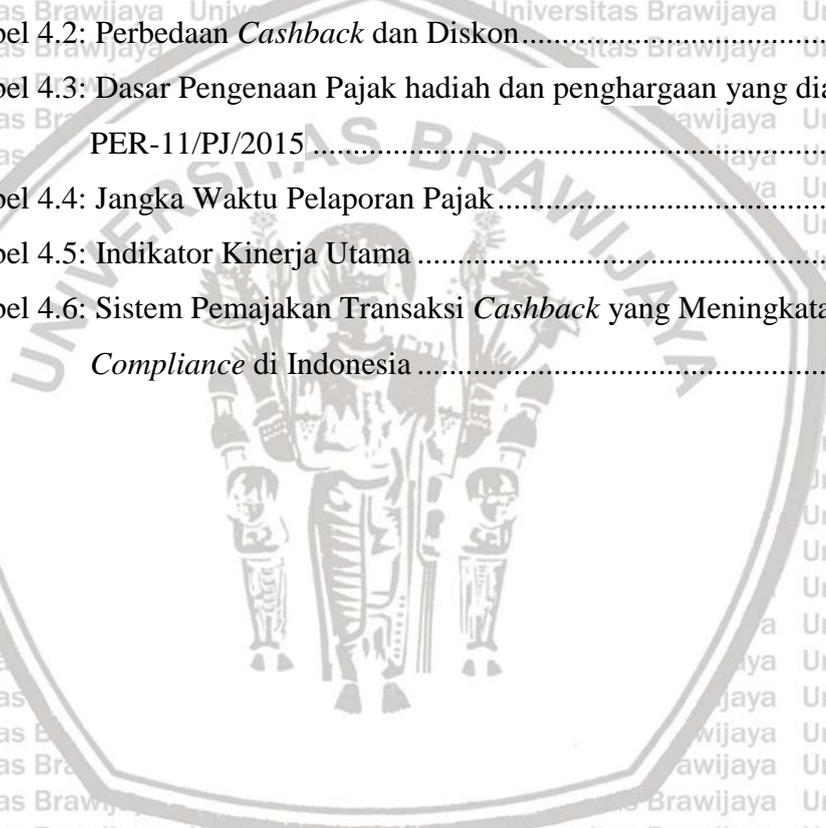
MOTTO	1
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	10
I.3 Tujuan Penelitian	11
I.4 Kontribusi Penelitian	11
I.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
II.1 Tinjauan Empiris	15
II.2 Tinjauan Teoritis	23
II.2.1 Konsep Penghasilan Menurut Perpajakan	23
II.2.1.1 Konsep Sumber (<i>The Source Concept Of Income</i>)	24
II.2.1.2 Konsep Pertambahan (<i>The Accretion Concept Of Income</i>)	25
II.2.2 Konsep Penghasilan Dalam Konteks Pajak di Indonesia	28
II.2.3 Unsur Dalam Pajak Penghasilan	29
II.2.4 Sistem Pemungutan Pajak	32
II.2.4.1 <i>Official Assessment System</i>	32
II.2.4.2 <i>Self Assessment System</i>	33
II.2.4.3 <i>Withholding Tax System</i>	35
II.2.5 Paradigma Kepatuhan Pajak	43
II.2.5.1 Kepatuhan Sukarela (<i>Voluntary Tax Compliance</i>)	45
II.2.5.2 Kepatuhan Kooperatif (<i>Cooperative Compliance</i>)	48
II.2.6 Model Kepatuhan Pajak	52
II.2.6.1 Model Kepatuhan Pajak Australia	54
II.2.7 <i>Financial Technology (Fintech)</i>	58
II.2.8 <i>Cashback (Uang Kembali)</i>	59
II.3 Kerangka Pemikiran	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
III.1 Jenis Penelitian	64
III.2 Fokus Penelitian	65
III.3 Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian	66
III.4 Jenis Data	68
III.4.1 Data Primer	68



III.4.2 Data Sekunder	70
III.5 Pengumpulan Data	70
III.5.1 Wawancara.....	70
III.5.2 Dokumentasi	71
III.5.3 Studi Kepustakaan	72
III.6 Instrumen Penelitian.....	74
III.6.1 Peneliti Sendiri.....	75
III.6.2 Pedoman Wawancara.....	75
III.6.3 Catatan Lapangan.....	76
III.6.4 Alat rekam.....	76
III.7 Metode Analisis.....	77
III.8 Keabsahan Data.....	79
III.8.1 Triangulasi Sumber.....	79
III.8.2 Triangulasi Teknik.....	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	84
IV.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	84
IV.1.1 Badan Kebijakan Fiskal	84
IV.1.2 Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak	89
IV.1.3 PT Bukalapak	94
IV.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	98
IV.2.1 Transaksi <i>cashback</i> dapat dikategorikan sebagai Penghasilan Kena Pajak (PKP) berdasarkan <i>The Accretion Theory Of Income</i>	98
IV.2.2 Alternatif sistem pemajakan yang sesuai diterapkan dalam transaksi <i>cashback</i> di Indonesia	129
IV.2.3 Sistem pemajakan yang mendorong terwujudnya <i>cooperative compliance</i> di Indonesia sesuai dengan model kepatuhan <i>Australian Tax Office (ATO)</i>	163
BAB V PENUTUP.....	202
V.1 Kesimpulan.....	202
V.2 Saran.....	204
DAFTAR PUSTAKA	206

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Perbandingan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.2: Penghasilan Menurut <i>S-H-S Concept</i> (Schanz-Haig-Simons)	28
Tabel 2.3: Unsur Penghasilan dalam Perpajakan	31
Tabel 2.4: Perbandingan Sistem <i>Self Assesment</i> dan <i>Withholding Tax</i>	41
Tabel 3.1: Literatur dalam Penelitian	73
Tabel 4.1: Contoh Skema Penerimaan <i>Cashback</i> pada Industri <i>Fintech</i>	104
Tabel 4.2: Perbedaan <i>Cashback</i> dan Diskon	107
Tabel 4.3: Dasar Pengenaan Pajak hadiah dan penghargaan yang diatur dalam PER-11/PJ/2015	140
Tabel 4.4: Jangka Waktu Pelaporan Pajak	156
Tabel 4.5: Indikator Kinerja Utama	193
Tabel 4.6: Sistem Pemajakan Transaksi <i>Cashback</i> yang Meningkatkan <i>Cooperative Compliance</i> di Indonesia	196



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Efektivitas *Withholding Tax System*..... 38

Gambar 2.2 Perilaku Wajib Pajak dan Strategi Meningkatkan Kepatuhan 53

Gambar 2.3 Australian Tax Office *Compliance Model*..... 55

Gambar 2.4 Kerangka Berfikir..... 63

Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Model Interaktif 79

Gambar 3.2 Triangulasi Sumber 81

Gambar 3.3 Triangulasi Teknik 83

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Badan Kebijakan Fiskal..... 87

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Direktorat Jendral Pajak Pusat 91

Gambar 4.3 Logo Perusahaan Bukalapak 95

Gambar 4.4 Struktur Organisasi Bukalapak..... 95

Gambar 4.5 Transaksi Pencairan Saldo Pengguna pada *Platform* Bukalapak.... 111

Gambar 4.6 Pasal 3 PER-11/PJ.2015 124

Gambar 4.7 Kolom Penghasilan Lain-lain dalam SPT Tahunan PPh OP..... 126

Gambar 4.8 Penghargaan dan Hadiah yang dilaporkan ke dalam SPT Tahunan. 127

Gambar 4.9 Tata cara pelaporan pajak menggunakan e-filing 157

Gambar 4.10 Kewajiban Mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP..... 174



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae215

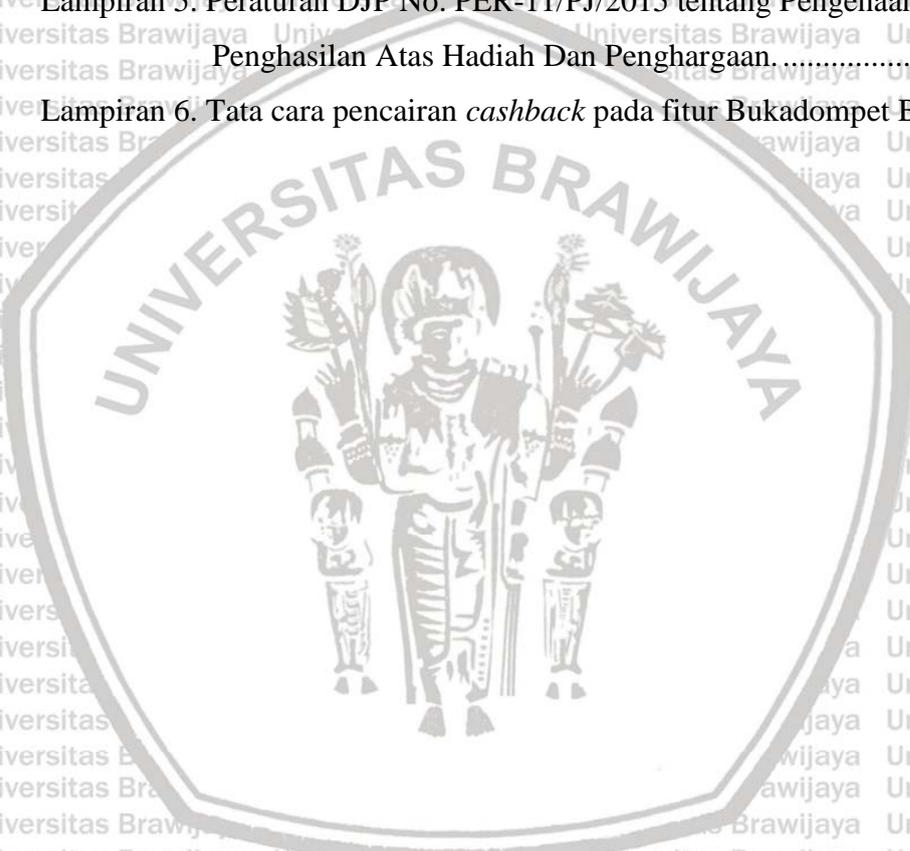
Lampiran 2. Surat Pernyataan kepada DJP.....217

Lampiran 3. Surat Balasan DJP218

Lampiran 4. Dokumentasi Riset Skripsi219

Lampiran 5. Peraturan DJP No. PER-11/PJ/2015 tentang Pengenaan Pajak
Penghasilan Atas Hadiah Dan Penghargaan.....222

Lampiran 6. Tata cara pencairan *cashback* pada fitur Bukadompet Bukalapak.....226



BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Era digital secara signifikan telah mendorong inovasi teknologi berkembang sangat masif dan cepat. Beberapa inovasi teknologi telah menciptakan suatu *creative destruction* dalam masyarakat yang ditandai dengan perubahan model bisnis dari konvensional menjadi *virtual* (Schneider, 1970). Salah satu sektor yang mengalami disrupsi adalah sektor keuangan. Saat ini, masyarakat sudah tidak asing lagi dengan inovasi sektor keuangan yang bernama *Financial Technology* (*Fintech*). *Fintech* merupakan suatu terobosan dalam proses transaksi keuangan yang dikemas secara praktis, dengan akses lebih mudah serta sistem yang modern (<http://www.bi.go.id> diakses pada tanggal 14 Januari 2020).

Kemunculan *fintech* mendorong *startup fintech* untuk ikut berperan aktif di dalam mengembangkan layanan keuangan berbasis digital (Hollandfintech, 2020).

Startup fintech adalah perusahaan yang baru berdiri atau masih dalam tahap merintis, yang umumnya bergerak di bidang teknologi keuangan dan informasi di dunia maya atau internet (Tech in Asia, 2020). Kini *startup fintech* saling bersaing menawarkan berbagai potongan harga dalam bentuk *cashback*. Menurut *Chief Executive Officer* (CEO) salah satu *platform fintech* bernama DANA Indonesia, *cashback* merupakan strategi promosi dalam bentuk subsidi pasar atau bakar uang yang akan terus diterapkan hingga kebiasaan masyarakat menggunakan transaksi non-tunai terbentuk atau biasa disebut dengan *cashless society* (<http://www.cnbcindonesia.com>, diakses pada tanggal 1 Januari 2020).

Adanya berbagai kelebihan *cashback* membuat banyak *merchant* bermitra dengan industri *fintech* dalam hal sistem pembayarannya (Tech in Asia, 2019).

Tujuannya untuk memikat calon konsumen dalam pemasaran produk sehingga berdampak kepada peningkatan volume penjualan. Chad dkk. (2014), mendefinisikan *cashback* sebagai bentuk pengembalian dari penjual atas sebagian nominal transaksi yang dilakukan pembeli. Jenis promosi ini banyak bermunculan dari berbagai penyedia seperti *cashback credit card*, *cashback property*, *cashback website*, dan *cashback e-wallet* (<http://www.Pomona.com> diakses pada tanggal 20 Desember 2019).

Platform e-commerce dan dompet digital (*e-wallet*) adalah yang paling banyak memberikan promo berupa diskon, *cashback*, hingga gratis ongkos kirim. Hal tersebut disebabkan oleh ketatnya persaingan bisnis pada sektor *e-commerce* (Zhou dkk., 2017). Berdasarkan prediksi McKinsey pertumbuhan belanja *online* pada *e-commerce* di Indonesia akan terus meningkat menjadi 65 miliar di tahun 2020 (<https://www.Mckinsey.com> diakses pada tanggal 13 Januari 2020).

Bukalapak merupakan salah satu pasar daring (*online marketplace*) terkemuka yang berada pada tingkat tertinggi situs jual beli *online* di Indonesia (<https://id.techinasia.com> diakses pada tanggal 22 April 2020), hal tersebut karena Bukalapak sering memberikan promosi-promosi menarik berupa *voucher*, diskon maupun *cashback* (<https://katadata.co.id> 22 April 2020 diakses pada tanggal 13 April 2020). Adanya promosi tersebut juga sebagai bentuk dukungan Bukalapak untuk membantu meningkatkan performa penjual dan mengenalkan produk kepada pembeli (<https://Bukalapak.co.id/> diakses pada tanggal 22 April 2020).

Survei yang dilakukan oleh *platform* Shopback terhadap 5.600 responden di Indonesia menyatakan 70,2 persen responden melakukan transaksi 1-10 kali dalam sebulan di *platform e-commerce* karena tertarik dengan *cashback* yang diberikan, dan sisanya sebesar 19,1 persen melakukan transaksi 10-20 kali dalam

sebulan (www.Shopback.co.id diakses pada tanggal 13 Desember 2019).

Berdasarkan data hasil survei, terlihat bahwa transaksi *cashback* dan potensi penghasilannya sangat besar, mengingat potensi tersebut hanya ditinjau dari satu penyedia *cashback* di Indonesia, belum diketahui potensi penyedia *cashback* secara pasti. Oleh karena itu, dapat dikatakan hal tersebut merupakan *potential loss* bagi negara, karena atas penghasilan tersebut belum dikenakan pajak dan Indonesia belum memiliki peraturan mengenai pemajakan atas transaksi *cashback*.

Hal tersebut berbanding terbalik dengan negara lain yang sudah terlebih dahulu mengenakan pajak atas *cashback* (DDTC News, 2018).

Negara India adalah salah satu negara yang mengenakan pajak atas *cashback* melalui penerapan *gift tax*. Pengenaan pajak dilakukan untuk nilai transaksi *cashback* yang melebihi Rs50.000 dalam satu tahun (DDTC News, 2018). Selain negara India, Amerika Serikat (AS) juga memiliki aturan yang tegas tentang pajak hadiah tersebut. Otoritas Pajak AS yaitu *Internal Revenue Services* (IRS) menetapkan *cashback* sebagai penghasilan kena pajak dengan batasan nominal sebesar \$600 (<https://review.taxact.com/credit-card-rewards-as-taxable-income/> diakses pada tanggal 12 Januari 2020).

Sejauh ini, otoritas pajak Indonesia belum memperlihatkan langkah tegas terkait pemajakan atas transaksi *cashback*. Hal tersebut karena sulitnya mendefinisikan *cashback* sebagai suatu penghasilan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus tentang pendefinisian *cashback* sebagai suatu objek Pajak Penghasilan (PPh). Akan tetapi, untuk dapat mengenakan *cashback* sebagai objek PPh, pemerintah harus terlebih dahulu berfokus kepada skema penerimaan *cashback*. Kebanyakan, pengguna *platform* dibedakan menjadi dua golongan, yaitu pengguna yang memilih mencairkan *cashback* dan pengguna yang memilih

tidak mencairkan *cashback* dengan kata lain *cashback* tersebut tersimpan di dalam *account* tanpa digunakan (Rosdiana, 2017).

Apabila ditinjau dari Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang PPh, pengguna yang tidak mencairkan *cashback* jelas tidak mendapatkan manfaat ekonomis sehingga timbul suatu ambiguitas dalam pengenaan pajak atas transaksi *cashback*. Berbeda halnya apabila *cashback* tersebut dicairkan maka akan memberikan konsumen tambahan kemampuan untuk melakukan transaksi berikutnya. Hal tersebut sesuai dengan pasal 4 ayat 1 Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang PPh, yang dimaksud dengan penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak (WP), baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan WP yang bersangkutan, dengan nama dan bentuk apapun.

PPh sendiri menjadi istilah yang familiar di kalangan masyarakat tetapi untuk dapat mendefinisikan penghasilan secara komprehensif bukanlah perkara mudah (Brooks, 1952). Terdapat dua konsep yang menjadi acuan banyak negara dalam mendefinisikan penghasilan, yaitu konsep sumber (*source concept*) dan konsep akresi (*accretion concept*) (Gunadi, 2006). Indonesia mengadopsi konsep akresi dimana setiap tambahan kemampuan ekonomis dianggap sebagai penghasilan (Mangoting, 2001). Konsep akresi juga dikenal dengan nama *S-H-S Concepts* yang mengacu kepada tokoh-tokoh yang memperkenalkan konsep tersebut yaitu Schanz, Haig dan Simons (Mansury, 1996).

Konsep akresi pertama kali dicetuskan oleh Schanz melalui *The Accretion Theory of Income* pada tahun 1896 yang menyatakan bahwa penghasilan untuk keperluan perpajakan seharusnya tidak membedakan sumbernya dan tidak

menghiraukan pemakaiannya, melainkan lebih menekankan kepada kemampuan ekonomis yang dapat dipakai untuk menguasai barang dan jasa (Mansury,1996).

Haig pada tahun 1921 mengembangkan definisi penghasilan yang mirip dengan Schanz. Menurut Haig, penghasilan didapatkan pada saat tambahan kemampuan diterima, dan bukan pada saat kemampuan itu dipakai untuk menguasai barang dan jasa (Haig, 1921). Simons juga mengembangkan definisi yang mirip dengan pemikiran Haig. Simons berpendapat penghasilan sebagai objek pajak harus bisa diukur dan mengandung konsep perolehan kemampuan untuk menguasai barang dan jasa yang dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan. Simons pada dasarnya mengajukan ide tentang keadilan pengenaan pajak yang didasarkan atas hal-hal yang dapat diukur secara objektif dan bukan atas dasar perasaan subjektif (Holmes, 2001).

S-H-S Concept menjadi salah satu konsep penghasilan yang paling banyak memengaruhi kebijakan pajak di berbagai negara karena dianggap paling mencerminkan prinsip keadilan (*ability to pay*) sehingga konsep ini mendapat predikat sebagai definisi penghasilan yang diterima secara umum (Genser, 2006). Selain berfokus terhadap pendefinisian penghasilan atas transaksi *cashback*, penelitian ini juga akan menganalisis mengenai sistem pemungutan yang sesuai untuk transaksi *cashback*. Apabila pajak atas transaksi *cashback* diterapkan di Indonesia, pemerintah melalui DJP harus mampu melaksanakan upaya pengumpulan pajak. Sistem perpajakan yang tidak dapat berjalan dengan baik cenderung akan menghasilkan *non-compliant behavior* (Darussalam dkk., 2019).

Studi mengenai *tax compliant behavior* menjadi perhatian negara-negara yang tergabung dalam *Forum on Tax Administration* (FTA). FTA menghasilkan usulan berupa paradigma *cooperative compliance* yaitu suatu paradigma yang didasarkan pada asas saling percaya dan terbuka antar otoritas pajak dengan WP terkait

informasi-informasi yang dimiliki oleh kedua belah pihak sehingga memberikan efek timbal balik yang saling menguntungkan, baik dari sisi efisiensi, biaya, waktu, dan keterbukaan informasi (OECD, 2008). Pada dasarnya, *cooperative compliance* bukan ditujukan untuk menggantikan paradigma yang sudah ada yaitu *voluntary tax compliance* (kepatuhan sukarela). *Cooperative compliance* merupakan suatu suplemen untuk melengkapi dan memperkuat sistem perpajakan yang sedang berjalan (Darussalam., 2019)

Salah satu yang ingin dicapai dari implementasi *cooperative compliance* adalah sebagai alat manajemen risiko kepatuhan (*Compliance Risk Management*).

Otoritas pajak memerlukan sumber daya informasi mengenai kewajiban pajak dan kondisi komersial para WP untuk mencapai tujuan tersebut (Bronzewska, 2016:95). Sebagai timbal baliknya, otoritas menerapkan regulasi yang bersifat *responsive*, yaitu perbedaan perlakuan otoritas pajak terhadap WP yang diterapkan berdasarkan karakteristik perilaku WP tersebut (Darussalam dkk., 2019:31). Menurut OECD, WP dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelompok yaitu kelompok yang selalu patuh, kelompok yang memiliki keinginan untuk patuh, kelompok yang hanya patuh jika terdeteksi oleh otoritas pajak, dan kelompok yang memutuskan untuk tidak patuh. Klasifikasi tersebut digambarkan dalam suatu piramida bernama *enforcement pyramid approach* (OECD, 2004).

Hal yang sama juga diaplikasikan di Australia. Penulis mengajukan Australia sebagai *benchmark* karena Australia merupakan inisiator atas solusi inovatif berbagai permasalahan yang berhubungan dengan kepatuhan pelaksanaan kewajiban perpajakan, *tax risk management* dan minimalisir risiko dari otoritas pajak (Tambunan, 2018). Salah satu pelaksanaan *cooperative compliance* di Australia adalah ketika otoritas pajak Australia yaitu *Australian Taxation Office*

(ATO) mengadopsi *enforcement pyramid approach* ke dalam model kepatuhan pajaknya (*Australian Compliance Model*) (www.ato.gov.au diakses pada 15 Februari 2020). Piramida tersebut memetakan dan menggolongkan WP menjadi empat tingkat beserta strategi pelayanan yang berbeda-beda tergantung motivasi dari WP tersebut (Simanjuntak dan Mukhlis, 2012).

Tingkatan paling dasar dalam piramida ATO adalah tingkatan dengan bidang terbanyak, memuat kelompok WP yang bersedia melaksanakan kewajiban perpajakannya secara benar sehingga *treatment* yang diberikan ATO berupa kemudahan dan pelayanan yang prima. Sedangkan, tingkatan paling atas merupakan tingkatan dengan bidang tersedikit memuat kelompok WP yang telah memutuskan untuk tidak patuh maka akan diterapkan penegakan hukum berupa pemeriksaan dan pengawasan (www.ato.gov.au diakses pada tanggal 20 Desember 2019). Segmentasi tersebut ternyata menjadi salah satu rumus dasar dari tingginya kepatuhan pajak di Australia (Tambunan, 2018).

Berkaca dari paradigma kepatuhan pajak yang ada di Australia, saat ini Indonesia juga sudah mulai menerapkan *cooperative compliance* melalui kepatuhan pajak berbasis kerja sama antara otoritas dan pembayar pajak (www.bumn.go.id diakses pada tanggal 04 Maret 2020). Namun, hal tersebut berbanding terbalik dengan kondisi kepatuhan pajaknya yang masih rendah, dimana kepatuhan di Indonesia digambarkan dengan piramida terbalik. Artinya, jumlah WP yang tidak patuh di Indonesia lebih besar daripada jumlah WP yang patuh (www.pajak.go.id diakses pada tanggal 27 Januari 2020).

Seperti yang diketahui pada awal diterapkannya sistem PPh, terjadi perubahan penggunaan sistem pajak dari *Official Assessment System* (OAS) menjadi *Self Assessment System* (SAS) perubahan tersebut karena OAS membuat kewajiban

perpajakan dalam banyak hal menjadi sangat tergantung pada pelaksanaan administrasi perpajakan yang dilakukan oleh otoritas perpajakan. Sistem ini menyebabkan WP kurang mendapatkan pembinaan dan kurang diikutsertakan dalam memikul beban negara (Rimsky,1999). Oleh karena itu, *Official Assessment System* tidak banyak diterapkan dalam pemajakan di Indonesia hanya diterapkan dalam pelunasan pajak seperti Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) atau jenis-jenis pajak daerah lainnya (Sumyar, 2004). Kondisi tersebut jelas bertolak belakang dengan paradigma *cooperative compliance* yang mensyaratkan adanya hubungan yang dibangun atas dasar partisipasi dan keterbukaan. Oleh karena itu, terkait dengan pemajakan atas transaksi *cashback* penelitian ini akan berfokus kepada sistem yang memungkinkan untuk diterapkan yaitu SAS dan WHT.

Sistem SAS dan WHT, secara hukum memiliki dasar hukum yang memadai untuk dilaksanakan. Namun, secara asas perpajakan patut dicermati bagaimana kelebihan dan kekurangan masing-masing sistem. SAS memberikan kepercayaan kepada WP untuk secara mandiri melakukan perhitungan, penyeteroran dan pelaporan pajak (Sumyar, 2004). Sesungguhnya penerapan SAS secara konsepsional sangat ideal bagi sistem perpajakan Indonesia (Harahap, 2004). Hal tersebut karena kapasitas otoritas pajak Indonesia tidak sebanding dengan besarnya potensi yang harus dilayani (Darussalam dkk., 2019).

Praktik SAS dinilai sangat memudahkan fiskus dalam meminimalisir kegiatan transaksional (Wardani, 2017). Akan tetapi, dari sisi WP penerapan SAS sulit berjalan sesuai dengan yang diharapkan, bahkan cenderung disalahgunakan (Tarjo dan Indrawati, 2006). Hal tersebut dibuktikan dengan data Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2018 diketahui jumlah WP yang terdaftar memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sebesar 42.479.485 jiwa. Meskipun, jumlah

WP yang terdaftar mengalami peningkatan setiap tahunnya, seringkali mereka mengakui setelah mempunyai NPWP mereka tidak mengetahui konsekuensi setelahnya (Damayanti, 2012). Bahkan, ada juga WP yang berusaha mencari kelemahan peraturan perpajakan (*loopholes*) atau dengan kata lain WP tersebut berusaha melakukan penghindaran pajak secara legal (*tax avoidance*) (Diamastuti, 2012). Selain penghindaran pajak secara legal, terdapat pula tindakan penghindaran pajak secara illegal (*tax evasion*) yaitu WP dengan sengaja tidak melaporkan secara utuh penghasilan yang semestinya kena pajak dengan cara memanipulasi laporan keuangan, merendahkan besaran pendapatan yang harus diterima atau membuat pembukuan ganda (Diamastuti, 2012).

Lebih lanjut, dalam hal kepatuhan pelaporan pajak juga masih rendah tercatat sebesar 17.095.207 wajib lapor SPT namun hanya 12.197.597 yang melaporkan SPT. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh persepsi yang keliru di kalangan masyarakat, banyak yang mengira bahwa kewajiban perpajakan telah selesai ketika pajak sudah dibayarkan (DDTC News, 2018). Artinya, dari beberapa kajian tersebut membuktikan bahwa praktik SAS yang dilakukan oleh pemerintah sampai saat ini belum maksimal dapat terlaksana sesuai dengan yang diharapkan.

Selain SAS, terdapat cara lain pemotongan dan/ pemungutan pajak yang diterapkan di Indonesia yaitu dengan *Withholding Tax System* (WHT) (Rosdiana, 2011). Berbeda dengan SAS, WHT melibatkan pihak ketiga sebagai pihak yang melakukan pemotongan dan/ pemungutan pajak (Mardiasmo, 2012). WHT menghasilkan penerimaan pajak secara otomatis dalam jumlah yang besar dan tidak memerlukan upaya yang besar (Leon Yudkin, 1971). Menurut Sadhani (2004) WHT dipandang sangat efektif dalam keberhasilan pemotongan dan/ pemungutan pajak, mengingat pajak akan dipotong atau dipungut oleh pihak lain pada saat timbulnya objek pajak sesuai prinsip *Pay as Your Earn* (PAYE).

Ditinjau dari sisi otoritas pajak, WHT akan membawa kemudahan bagi administrasi perpajakan, tugas pengawasan yang seharusnya dilakukan kepada para penerima penghasilan, maka cukup dilakukan kepada WP yang ditunjuk sebagai pemotong atau pemungut (*withholder*) (Harahap, 2004). Akan tetapi, resiko kemudahan bagi otoritas tersebut ternyata menimbulkan beban tambahan bagi WP yang ditunjuk sebagai *withholder*. Milanez (2017), menyatakan bahwa beban ini disebut sebagai *legal remittance responsibility* dimana WP (terutama korporasi) memiliki biaya administrasi atau kepatuhan pajak yang tidak hanya berasal dari upaya WP tersebut untuk memenuhi kewajiban pajak dirinya sendiri (*legal tax liability*), namun juga biaya mengadministrasikan kewajiban pajak pihak lain.

Oleh karena itu, dalam hal ini peneliti melihat salah satu permasalahan yakni pemerintah belum memiliki regulasi atau kebijakan perpajakan yang ideal untuk transaksi *cashback* di Indonesia padahal terdapat potensi pajak yang besar atas penghasilan *cashback*. Sejauh ini, penelitian mengenai pemajakan atas transaksi *cashback* belum pernah dijumpai oleh peneliti baik di Indonesia atau negara lain.

Diharapkan penelitian ini akan memunculkan suatu teori baru serta memberikan kontribusi pemikiran bagi pemerintah beserta pihak-pihak terkait mengenai pemajakan transaksi *cashback* di Indonesia. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Alternatif Sistem Pemajakan Transaksi *Cashback* Dalam Meningkatkan Cooperative Compliance Di Indonesia.”

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian ini, pokok permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Apakah transaksi *cashback* dapat dikategorikan sebagai penghasilan kena pajak berdasarkan *The Accretion Theory of Income*?
2. Apa alternatif sistem pemajakan yang sesuai diterapkan dalam transaksi *cashback* di Indonesia?
3. Bagaimana sistem pemajakan atas transaksi *cashback* dapat meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia sesuai dengan model kepatuhan *Australian Tax Office* (ATO)?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan permasalahan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis transaksi *cashback* dapat dikategorikan sebagai penghasilan kena pajak berdasarkan *The Accretion Theory of Income*.
2. Mengetahui dan menganalisis alternatif sistem pemajakan yang sesuai diterapkan dalam transaksi *cashback* di Indonesia.
3. Mengetahui dan menganalisis sistem pemajakan atas transaksi *cashback* yang dapat meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia sesuai dengan model kepatuhan *Australian Tax Office* (ATO).

I.4 Kontribusi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka diharapkan adanya manfaat atau kontribusi dari hasil penelitian tersebut. Kegunaan atau manfaat hasil penelitian dapat dibagi menjadi tiga aspek, yaitu aspek teoritis, kebijakan, dan praktis:

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk mengkonfirmasi konsep penghasilan menurut *The Accretion Theory of Income* dan model kepatuhan pajak *Australian Tax Office* (ATO) dalam transaksi *cashback* untuk mewujudkan paradigma *cooperative compliance* di Indonesia. Keterbatasan literatur yang ada saat ini menjadi peluang bagi penulis untuk membuat riset mengenai pemajakan transaksi *cashback* sehingga diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman riset selanjutnya.

2. Kontribusi Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan referensi kebijakan bagi pemerintah beserta pihak-pihak yang berkaitan seperti Badan Kebijakan Fiskal (BKF), Direktorat Jenderal Pajak (DJP), industri *fintech* dan pengguna (konsumen) dalam implementasi perumusan kebijakan pemajakan atas transaksi *cashback* di Indonesia.

3. Kontribusi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak khususnya bagi pengguna (konsumen) sebagai pihak yang menerima *cashback* dan pihak-pihak terkait seperti industri *fintech* dan para *e-commerce* di Indonesia untuk melaksanakan kewajiban perpajakan dengan baik dan benar sesuai peraturan perpajakan yang berlaku.

I.5 Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini dapat dirincikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang dari penelitian alternatif sistem pemajakan transaksi *cashback* dengan *self assessment* dan *withholding tax* dalam meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang melandasi penulisan dan pembahasan yang terkait dengan permasalahan yang dirumuskan dan digunakan sebagai acuan untuk memecahkan permasalahan. Teori ini didapat dari hasil studi kepustakaan beberapa literatur dan empiris.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan secara detail mengenai metode penelitian yang akan dijalani mulai dari jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, analisis data, dan prngujian keabsahan data penelitian kualitatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil-hasil dari penggalian data dan wawancara, kemudian disajikan pembahasan dari hasil-hasil penyajian data sesuai dengan fokus penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan, keterbatasan dan saran yang diberikan oleh peneliti berkenaan dengan hal yang berkaitan dengan penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Tinjauan Empiris

Penelitian ini akan menganalisis tentang alternatif sistem pemajakan atas transaksi *cashback* dalam meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia.

Sejauh ini peneliti belum pernah menemukan penelitian mengenai pemajakan atas transaksi *cashback* di Indonesia maupun di negara lain. Sementara itu, penelitian

mengenai transaksi *cashback* sering dilakukan di negara lain contohnya mengenai

Pencairan *Cashback* Dalam Jaringan Perdagangan Elektronik (Tao Fu dkk.,

2013), Segmentasi Pelanggan Dalam *E-commerce* : Aplikasi ke model bisnis

cashback (Ballestar dkk., 2018), Perilaku Konsumen di Situs *Web Cashback*

(Ballestar dkk., 2016), dan Strategi Penetapan Harga dan Potongan Untuk *E-Shop*

Dengan Situs *Web Cashback* (Yong-Wu dkk., 2017). Sebelum memulai

penelitian, peneliti melakukan peninjauan terhadap empat hasil penelitian

terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Thomas (2017), Darmayasa

(2016), Lasmaya (2017), dan Merliana (2016). Keterbaruan penelitian ini

dengan penelitian sebelumnya adalah:

1. Thomas (2017)

Penelitian dengan judul "*Taxing The Gigs Economy.*" Penelitian ini

menganalisis alasan *start-up* memiliki kewajiban sebagai pihak ketiga dalam

pemajakan *drive* transportasi *online*. Subjek dalam penelitian ini yaitu perusahaan

transportasi *online* bernama Uber, perusahaan *online marketplace* TaskRabbit

dan Etsy, karyawan Uber (*driver*), dan non-karyawan. Hasil dari penelitian ini

adalah sistem *withholding tax* lebih efektif diterapkan oleh *platform* maka proses pemotongan, pembayaran dan pelaporan pajak *driver online*. Selain itu, penunjukan *platform* sebagai pihak ketiga dalam penyelesaian pajak juga merupakan keuntungan bagi *platform* karena bila pekerja merasa tidak pasti atau terintimidasi akan membuat pekerja mengurangi jam kerja atau tidak mau bekerja sama sekali.

Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan penelitian ini adalah metode yang digunakan dalam penelitian yaitu metode kualitatif dan subjek penelitian yaitu *platform online marketplace*, serta penelitian ini juga sama-sama memberikan alternatif pemajakan atas transaksi *online*. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah penelitian selanjutnya akan mendefinisikan lebih lanjut mengenai transaksi *cashback* sebagai objek pajak penghasilan sesuai dengan *The Accretion Theory of Income (S-H-S Concept)*. Sedangkan, penelitian sebelumnya hanya membahas sistem pemajakan atas transportasi *online* tetapi tidak membahas mengenai pendefinisian objek tersebut sebagai objek yang dapat dikenakan Pajak Penghasilan. Selain itu, penelitian ini tidak hanya membahas satu sistem pemajakan, tetapi membandingkan dua sistem pemajakan yaitu *Self Assessment System* dan *Withholding Tax System* yang sesuai diterapkan pada transaksi *cashback*. Hal tersebut dilakukan untuk menemukan alternatif sistem pemajakan yang sesuai untuk transaksi *cashback*. Sedangkan, penelitian sebelumnya hanya membahas mengenai pemberian alternatif pemajakan dengan *Withholding Tax System* pada penghasilan *driver* transportasi *online*.

2. Merliana (2016)

Penelitian dengan judul “Pengaruh *Withholding tax System* dan *Self Assessment System* Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).”

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh sistem *self assessment dan withholding tax* jumlah pelaporan SPT Masa PPN dan PPN SSP tentang penerimaan PPN pada KPP yang terdaftar di Kanwil DJP Jawa Barat I Bandung.

Subjek dalam penelitian ini yaitu perwakilan tiga KPP Pratama yang ada di daerah sekitar Bandung.

Hasil dari penelitian ini adalah sistem *withholding tax* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai pada KPP Kanwil DJP Jabar.

Sistem *withholding tax* lebih baik dibandingkan *self assessment* dalam meningkatkan penerimaan karena sistem *self assessment* membutuhkan kesadaran

Wajib Pajak yang tinggi dalam memenuhi kewajiban pajak. Penelitian ini

memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini akan

membahas mengenai pemberian alternatif sistem pemajakan transaksi *cashback*

dalam meningkatkan kepatuhan pajak. Sementara itu, penelitian sebelumnya

membahas mengenai pengaruh *Self Assessment System* atau

Withholding Tax System terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai atau PPN.

3. Lasmaya (2017)

Penelitian dengan judul “Pengaruh *Self assessment system* Terhadap

Kepatuhan Wajib Pajak.” Penelitian ini membahas mengenai pelaksanaan *self*

assessment system terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di salah satu

KPP di Kota Bandung. Subjek penelitian ini adalah pegawai pada Kantor

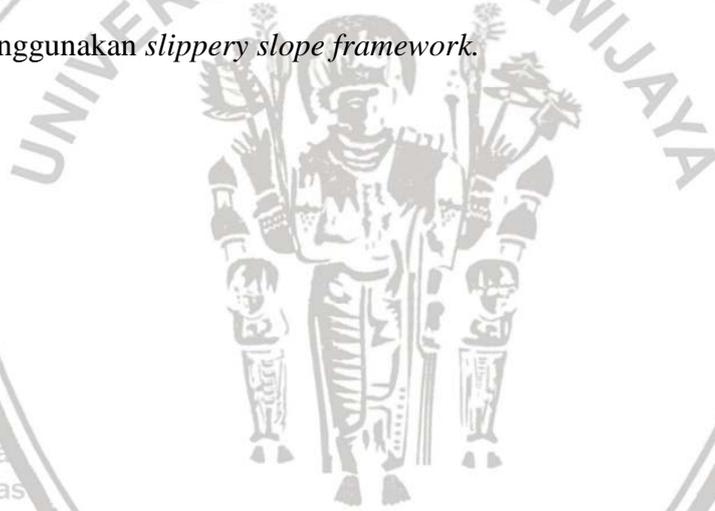
Pelayanan Pajak (KPP) Pratama di Kota Bandung. Hasil penelitian ini adalah *self assessment system* berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi KPP Bandung. Faktor lain yang mempengaruhi kepatuhan WP adalah kondisi sistem administrasi perpajakan suatu negara, pelayanan pada Wajib Pajak, penegakkan hukum perpajakan, dan tarif pajak.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini akan membahas kepatuhan kooperatif (*cooperative compliance*) yang merupakan sebuah paradigma baru kepatuhan pajak berbasis *enhanced relationship* di Indonesia. Penelitian sebelumnya hanya membahas pengaruh sistem pemungutan pajak terhadap kepatuhan tetapi tidak secara jelas mendeskripsikan paradigma kepatuhan pajak tersebut di Indonesia.

4. Darmayasa (2016)

Penelitian dengan judul “Meningkatkan Kepatuhan dan Penerimaan Pajak Melalui *Withholding Tax System*.” Penelitian ini membahas mengenai penerapan sistem *withholding tax* di Indonesia dan memaksimalkan *withholding tax* yang tetap sejalan dengan *self assessment system*. Hasil penelitian ini adalah sistem *withholding tax* akan lebih menjamin kepastian pajak terbayar sebab yang memotong adalah pemberi penghasilan yang cenderung lebih disiplin. Sistem *withholding tax* terbukti efektif dan efisien dalam pengawasan dengan mempersempit objek pemeriksaan pada pemberi kerja atau pemberi penghasilan (pihak ketiga).

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini akan menekankan pada hubungan antara perlakuan (*treatment*) yang diberikan otoritas pajak terhadap motivasi Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sehingga terwujud kepatuhan kooperatif (*Cooperative compliance*) dalam pemberian alternatif sistem pemajakan untuk transaksi *cashback* di Indonesia. Sedangkan penelitian sebelumnya membahas mengenai sistem pemajakan yaitu *Withholding Tax System* dalam meningkatkan kepatuhan dan penerimaan pajak dengan memberikan perhatian lebih pada variabel psikologis dalam hubungan antara Wajib Pajak dan otoritas pajak dengan menggunakan *slippery slope framework*.



Tabel 2.1: Perbandingan Penelitian Terdahulu

No	Nama & Judul Penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Research GAP
1.	Thomas, (2017). <i>Taxing The Gigs Economy</i>	<p>5. Jenis : Kualitatif deskriptif.</p> <p>6. Lokasi : Pennsylvania, AS.</p> <p>7. Fokus : Menganalisis alasan <i>start-up</i> memiliki kewajiban sebagai pihak ketiga dalam pemajakan <i>driver</i> transportasi <i>online</i>.</p> <p>8. Narasumber : a. Perusahaan transportasi <i>online</i> Uber; b. Perusahaan <i>online marketplace</i> TaskRabbit dan Etsy; c. Karyawan Uber (<i>driver</i>); dan d. Non-karyawan.</p>	<p>1. Bila sistem <i>withholding tax</i> diterapkan oleh <i>platform</i> maka proses pemotongan, pembayaran dan pelaporan pajak <i>driver online</i> akan lebih efektif.</p> <p>2. Menunjuk <i>platform</i> sebagai pihak ketiga dalam penyelesaian pajak juga merupakan keuntungan bagi <i>platform</i> karena bila pekerja merasa tidak pasti atau terintimidasi akan membuat pekerja mengurangi jam kerja atau tidak mau bekerja sama sekali.</p>	<p>1. Objek berupa penghasilan <i>driver</i> transportasi <i>online</i>.</p> <p>2. Hanya menganalisis salah satu sistem pemajakan yaitu sistem <i>withholding tax</i> dalam pemberian alternatif pemajakan <i>driver</i> transportasi <i>online</i>.</p> <p>3. Teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan penelitian adalah <i>Theory of Planned Behavior Approach</i> (TPB).</p>
2.	Merliana, (2016). <i>Pengaruh Withholding tax System dan Self Assessment System Terhadap Penerimaan</i>	<p>1. Jenis : Kuantitatif.</p> <p>2. Lokasi : Jawa Barat, Indonesia.</p> <p>3. Fokus :</p>	<p>1. Sistem <i>withholding tax</i> berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai pada KPP Kanwil DJP Jabar.</p>	<p>1. Jenis penelitian menggunakan kuantitatif.</p> <p>2. Menguji pengaruh sistem <i>self assessment</i> dan <i>withholding tax</i> terhadap penerimaan PPN.</p>

No	Nama & Judul Penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Research GAP
	Pajak Pertambahan Nilai (PPN)	<p>mengetahui pengaruh sistem <i>self assessment</i> dan <i>withholding tax</i> jumlah pelaporan SPT Masa PPN dan PPN SSP tentang penerimaan PPN pada KPP yang terdaftar di Kanwil DJP Jawa Barat I Bandung.</p> <p>4. Populasi : Kantor Wilayah (Kanwil) Direktorat Jenderal Pajak Jawa Barat I.</p> <p>5. Sampel : Perwakilan tiga KPP Pratama yang ada di daerah sekitar Bandung.</p>	<p>2. Sistem <i>withholding tax</i> lebih baik dibandingkan <i>self assessment</i> dalam meningkatkan penerimaan karena sistem <i>self assessment</i> membutuhkan kesadaran Wajib Pajak yang tinggi dalam memenuhi kewajiban pajak.</p>	
3.	Lasmaya, (2017). Pengaruh <i>Self assessment system</i> Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak	<p>1. Jenis : Deskriptif dan verifikatif.</p> <p>2. Lokasi : Bandung, Indonesia.</p> <p>3. Fokus : mengetahui pelaksanaan <i>self assessment system</i> terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di</p>	<p>1. <i>Self assessment system</i> berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi KPP Bandung.</p> <p>2. Faktor lain yang mempengaruhi kepatuhan WP adalah kondisi sistem administrasi perpajakan suatu negara, pelayanan pada</p>	<p>1. Jenis penelitian menggunakan deskriptif dan verifikatif.</p> <p>2. Hanya menganalisis sistem <i>self assessment</i> terhadap kepatuhan pajak.</p> <p>3. Teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan penelitian adalah <i>Theory of Planned Behavior Approach</i></p>

No	Nama & Judul Penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Research GAP
		<p>salah satu KPP di Kota Bandung.</p> <p>4. Sampel : Pegawai pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama di Kota Bandung.</p>	<p>Wajib Pajak, penegakkan hukum perpajakan, dan tarif pajak.</p>	<p>(TPB).</p>
4.	<p>Darmayasa, (2016). Meningkatkan Kepatuhan dan Penerimaan Pajak Melalui <i>Withholding Tax System</i></p>	<p>1. Jenis : Kualitatif <i>literature review</i>.</p> <p>2. Lokasi : Indonesia</p> <p>3. Fokus : memahami sistem <i>withholding tax</i> di Indonesia dan memaksimalkan <i>withholding tax</i> yang tetap sejalan dengan <i>self assessment system</i></p>	<p>1. Sistem <i>withholding tax</i> akan lebih menjamin kepastian pajak terbayar sebab yang memotong adalah pemberi penghasilan yang cenderung lebih disiplin</p> <p>2. Sistem <i>withholding tax</i> terbukti efektif dan efisien dalam pengawasan dengan mempersempit objek pemeriksaan pada pemberi kerja atau pemberi penghasilan (pihak ketiga)</p>	<p>1. Pendekatan penelitian dengan <i>literatur review</i> hanya mencakup permasalahan kontekstual, kurang mengungkap permasalahan sistem <i>withholding tax</i> yang lebih riil terjadi di Indonesia.</p> <p>2. Hanya menganalisis pengaruh sistem <i>withholding tax</i> terhadap kepatuhan dan penerimaan.</p> <p>3. Teori yang digunakan <i>slippery slope framework</i>.</p>

Sumber: Data diolah Penulis, 2020

II.2 Tinjauan Teoritis

II.2.1 Konsep Penghasilan Menurut Perpajakan

Keadilan merupakan kriteria utama dalam merumuskan konsep penghasilan yang dapat dipakai dalam penerapan pajak (Holmes, 2000:15).

Menurut Thuronyi dikutip dalam Holmes (2000), juga menegaskan bahwa argumen dan pertimbangan tentang keadilan adalah yang utama dalam mendefinisikan penghasilan dan penghasilan paling baik diperlakukan, setidaknya untuk tujuan perpajakan, dengan arti yang tidak terpisah dari keadilan. Definisi dari istilah penghasilan akan menentukan siapa yang menjadi subjek pajak dan bersama dengan tarif pajak, akan pula menentukan berapa besarnya pajak yang harus dibayar oleh subjek pajak (Mansury, 1992).

Alternatif penerapan konsep *ability to pay approach* yang paling banyak dipakai adalah dengan pendekatan pengenaan pajak atas penghasilan, yaitu satu tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak pada suatu kurun waktu tertentu. Penghasilan (*income*) itu sendiri bukanlah merupakan suatu konsep yang sederhana. Berbagai literatur menyajikan definisi penghasilan yang telah diusulkan, tetapi tidak ada satupun yang diterima secara universal sebagai suatu definisi yang dapat diterima secara universal sebagai suatu definisi yang dapat digunakan untuk semua tujuan (*an appropriate definition for all purpose*) (Rosdiana dan Irianto, 2012:181).

Lebih lanjut Gunadi (2006:132), menyatakan bahwa konsep penghasilan untuk tujuan perpajakan berbeda dari konsep penghasilan pada akuntansi komersial. Sama dengan yang dikatakan Goode (1977), menyimpulkan bahwa

penggunaan definisi penghasilan bergantung pada konteks dan tujuan yang hendak dicapai. Akibatnya, istilah penghasilan dalam konteks pajak tentu akan berbeda dengan pengertian penghasilan untuk keperluan teori modal ataupun dalam penghitungan pendapatan nasional. Hal tersebut karena, dalam perpajakan erat kaitannya dengan keadilan vertikal dan keadilan horizontal serta dapat dipakai sebagai suatu instrumen kebijakan ekonomi dan sosial. Terdapat dua konsep pendefinisian istilah penghasilan untuk keperluan perpajakan. Konsep mengenai penghasilan untuk keperluan perpajakan adalah sebagai berikut:

II.2.1.1 Konsep Sumber (*The Source Concept Of Income*)

Sebelum tahun 1984 Indonesia memberlakukan dua Undang-Undang Pajak Penghasilan yaitu Ordonansi Pajak Perseroan 1925 atas Laba Perseroan dan Ordonansi Pajak Pendapatan 1944 atas pendapatan orang pribadi, dalam mendefinisikan objek pajak kedua ordonansi pada saat itu mengikuti *source & periodicity concept* (untuk pemajakan perseroan laba terbatas pada yang bersumber dari modal yang ditawarkan baik dalam maupun luar perusahaan, sedang untuk pemajakan pendapatan terbatas yang berasal dari empat sumber yang mengalir secara berkala dari (1) usaha dan tenaga; (2) harta tidak bergerak; (3) harta bergerak (4) hak atas pembayaran berkala). Selain penghasilan yang berasal dari empat sumber tersebut, tidak dikategorikan sebagai penghasilan kena pajak. *Source & periodicity concept* tersebut muncul bersamaan dengan teori *Irving Fischer* tentang *income* (penghasilan) sebagai *flow of services/ yield*, menurunkan teori *tree & fruit* (penghasilan hanya buahnya saja) dan *hen & egg* (penghasilan terbatas telurnya saja). Sebelum itu, Adam Smith merumuskan

penghasilan secara makro sebagai penjumlahan dari penghasilan setiap warga masyarakat, sedangkan Robert J. Hicks menawarkan *well-offness concept* (penghasilan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi tanpa mengurangi kekayaan) (Gunadi, 2013).

Berdasarkan konsep yang dikenal dengan istilah *the source concept of income* ini, penghasilan adalah penerimaan yang mengalir terus menerus dari sumber penghasilan. Singkatnya, penghasilan muncul hanya apabila terdapat sumber penghasilan yang berkesinambungan. Kata kunci dari definisi penghasilan berdasarkan konsep sumber adalah keterkaitan antara penghasilan dan sumbernya (Holmes, 2001). Menurut konsep ini penghasilan adalah jumlah maksimal yang dapat dikonsumsi tanpa menyebabkan orang yang bersangkutan menjadi berkurang harta kekayaannya, dalam pengertian yang luas penghasilan itu adalah penerimaan yang mengalir terus menerus dari sumber penghasilan (Gunadi 2009). Perlu diperhatikan, definisi penghasilan dalam konsep sumber hanya mencakup penghasilan yang berasal dari suatu sumber dan tidak termasuk keuntungan dari penjualan sumber itu sendiri. Oleh karena itu, berdasarkan konsep ini, *capital gains* yang merupakan keuntungan dari penjualan sumber penghasilan tidak termasuk dalam pengertian penghasilan (Laukkanen, 2005).

II.2.1.2 Konsep Pertambahan (*The Accretion Concept Of Income*)

Konsep pertambahan atau akresi pertama kali dikembangkan oleh tiga ahli ekonomi di bidang pajak, yaitu George Schanz, Robert Murray Haig, dan Henry C. Simons sehingga konsep ini dikenal pula dengan istilah *S-H-S Concept*.

Menurut *S-H-S Concept* istilah penghasilan secara meluas adalah unsur

pertambahan kekayaan dan pengeluaran konsumsi tanpa melihat adanya sumber dan kontinuitas aliran kemampuan ekonomi dimaksud, yang mencakup upah atau gaji, penghasilan usaha, sewa, royalti, penghasilan dari modal, hibah dan warisan, natura dan kenikmatan, pensiun, penghasilan dari pengalihan, serta penghasilan sewa. Konsep penghasilan ini adalah yang paling banyak mempengaruhi kebijakan pajak di beberapa negara karena dianggap paling mencerminkan keadilan dan *applicable* (Rosdiana dan Tarigan, 2005:143).

S-H-S *Concept* pertama kali dikemukakan oleh George Schanz, seorang ekonom dari Jerman, yang menyatakan melalui sebuah teori bernama *the accretion theory of income*, dimana seluruh penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak harus dikenakan, tanpa memandang dari mana sumbernya, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri, yang dijelaskan lebih jelas oleh Mansury sebagai berikut:

“Pengertian penghasilan untuk keperluan perpajakan seharusnya tidak membedakan sumbernya dan tidak menghiraukan pemakainya, tetapi lebih menekankan kepada kemampuan ekonomis yang dapat dipakai untuk menguasai barang dan jasa. Jadi apa dipakai untuk konsumsi atukah untuk disimpan untuk konsumsi dikemudian hari tidak penting, yang penting adalah bahwa penerimaan atau perolehan tersebut merupakan tambahan kemampuan ekonomis.” (Mansury, 1996:62)

Pendekatan ekonomi tentang penghasilan dikemukakan oleh Robert Murray Haig, ekonom Amerika, dalam bukunya berjudul *The Federal Income Tax* (New York: Columbia University Press, 1921) yaitu *income is the increase or accretion in one's power to satisfy his wants in a given period in so far as that power consists of (a) money itself, or, (b) anything susceptible of valuation in terms of money* (Goode, 1976:13). Haig mengemukakan bahwa

yang dapat dikenakan pajak adalah yang dapat dinilai dengan uang (*money value*) dan dalam menghitung penghasilan harus dijumlahkan besarnya penghasilan yang sesungguhnya dikonsumsi (*the amount actually consumed*) pada suatu periode (misalnya satu tahun) ditambah dengan kenaikan neto kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan (*net additions to wealth*). Karena itu, dalam membuat definisi penghasilan harus dimasukkan *net additions to wealth* yang direfleksikan oleh tabungan (*saving*), karena tabungan menunjukkan adanya kenaikan konsumsi potensial (Rosen, 1980:349).

Henry C. Simons juga mengembangkan definisi yang mirip dengan pemikiran Haig. Simons berpendapat bahwa penghasilan sebagai objek pajak harus bisa dikuantifikasikan atau bisa diukur dan mengandung konsep perolehan (*acquisitive concept*). Konsep ini menyangkut perolehan kemampuan untuk menguasai barang dan jasa yang dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan. Pendapat Simons (1938:50) tentang penghasilan sebagai berikut :

“Personal income may be defined as the algebraic sum of (1) the market value of rights exercised in consumption and (2) the change in the value of the store of property rights between the beginning and end of the period in question. In the words, it is merely the result obtained by adding consumption during the period to ‘wealth’ at the end of the period and then subtracting ‘wealth’ at the beginning.”

Sebagaimana dikemukakan oleh Haig, Simon juga menyarankan agar dalam menghitung penghasilan, antara konsumsi (nilai pasar dari hak yang dipakai untuk konsumsi) dengan tabungan (perubahan nilai dari hak-hak atas harta antara awal periode dengan akhir periode yang bersangkutan) harus dijumlahkan. Pendapat Simon tersebut telah diterima secara luas dan dikenal dengan formula yaitu $Income (I) = Consumption (C) + Saving (S)$.

Tabel 2.2: Penghasilan Menurut S-H-S Concept (Schanz-Haig-Simons)

Inti S-H-S Concept		
George Schanz (1986)	Robert Murray Haig (1921)	Henry C.Simons (1938)
<p>1. Seluruh penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh suatu pihak harus dikenai pajak tanpa memandang dari mana sumber penghasilan tersebut, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri;</p> <p>2. Semua penghasilan diperlakukan sama terlepas dari jenis dan sumbernya, yaitu apakah penghasilan tersebut dari usaha, pekerjaan, modal, maupun penghasilan lainnya; dan</p> <p>3. Pemungutan pajaknya sama untuk semua penghasilan terlepas apakah penghasilan tersebut untuk konsumsi ataupun ditabung (Holmes, 2001).</p>	<p>1. Suatu pihak dianggap memperoleh penghasilan ketika pihak tersebut mendapat tambahan kemampuan;</p> <p>2. Tambahan kemampuan yang dihitung sebagai penghasilan hanya yang berbentuk uang dan dapat dinilai dengan uang; dan</p> <p>3. Besarnya penghasilan dari suatu pihak ditentukan dengan menjumlahkan besarnya penghasilan yang sesungguhnya dikonsumsi pada suatu periode ditambah dengan kenaikan neto kekayaan pihak yang bersangkutan (tabungan) (Haig, 1921).</p>	<p>II.2.1 Penghasilan merupakan jumlah aljabar antara nilai pasar dari konsumsi dan perubahan nilai kekayaan yang disimpan dalam suatu periode waktu tertentu.</p> <p>II.2.2 Definisi penghasilan menurut Simons telah diterima secara luas yang umumnya dikenal dengan formula: $Income (I) = Consumption (C) + Saving (S)$. Formula ini lazimnya dikenal dengan sebutan metode penghitungan penghasilan kena pajak berdasarkan pemakaian penghasilan (Simons, 1938).</p>

Sumber : Diolah diolah Penulis, 2020.

II.2.2 Konsep Penghasilan Dalam Konteks Pajak di Indonesia

Pada awal diterapkannya sistem pajak penghasilan di Indonesia, yaitu Ordonansi Pajak Pendapatan 1944, definisi penghasilan mengadopsi konsep sumber. Ini ditunjukkan dengan adanya penetapan bahwa penghasilan adalah hasil-hasil yang berasal dari sumber pendapatan tertentu yang telah ditetapkan. Hasil yang diperoleh dari suatu sumber pendapatan diluar yang telah ditetapkan

atau diperoleh tanpa ada sumbernya, tidak termasuk dalam pengertian pendapatan menurut Ordonansi Pajak Pendapatan 1944 (Wibisono, 1977). Perubahan penggunaan konsep penghasilan terjadi ketika UU PPh No. 7 Tahun 1983 diundangkan. Dalam undang-undang ini, konsep akresi atau yang dikenal dengan *S-H-S Concept* telah digunakan untuk mendefinisikan penghasilan. Menurut Rosdiana dan Irianto (2012:182), konsep yang dipakai dalam pasal 4 Ayat (1) Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana diubah terakhir dengan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008, terasa kental nuansa *S-H-S Concept*, apabila disimak dari bunyi pasal 4, yaitu :

“Yang menjadi objek pajak penghasilan adalah 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 apapun.”

Selain konsep akresi, definisi penghasilan dalam UU PPh No. 7 Tahun 1983 juga masih mengadopsi konsep sumber. Hal ini dapat dilihat dalam memori penjelasan UU PPh No. 7 Tahun 1983 yang masih mengelompokkan penghasilan berdasarkan sumbernya. Bedanya, konsep sumber dalam undang-undang ini tidak memiliki efek pembatasan istilah penghasilan sebagaimana dalam Ordonansi Pajak Pendapatan 1944 (Soemitro, 1985). Konsep penghasilan dalam konteks pajak di Indonesia tidak mengalami banyak perubahan meskipun UU PPh No. 7 Tahun 1983 telah beberapa kali diamandemen.

II.2.3 Unsur Dalam Pajak Penghasilan

Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang No. 17 Tahun 2000 mengatur bahwa yang menjadi objek pajak adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak baik berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia yang dapat dikonsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak

bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun. Adapun unsur-unsur yang timbul dari definisi penghasilan menurut (Mansury, 2002:42-46) adalah:

1. Penghasilan adalah tambahan kemampuan ekonomis, yaitu setiap

tambahan kemampuan untuk menguasai barang dan jasa yang didapat oleh

Wajib Pajak dalam tahun pajak tertentu (*Accretion Concept of Income*).

Tambahan kemampuan ekonomis yang dimaksud adalah jumlah penerimaan

atau perolehan bruto setelah dikurangi dengan biaya mendapatkan, menagih

dan memelihara penghasilan itu. Unsur ini memenuhi konsep akresi atau

konsep pertambahan, dimana yang termasuk penghasilan adalah setiap

tambahan kemampuan untuk menguasai barang dan jasa yang didapat oleh

Wajib Pajak dalam tahun pajak yang berkenaan. *Haig Concept said that*

income is “the increase or accretion in one’s power to satisfy his wants in a

given period in so far as that power consists of (a) money itself, or, (b)

anything susceptible of valuation in terms of money.” (Goode 1964:18);

2. Yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak, unsur ini memenuhi

konsep realisasi (*realization concept*), dimana tambahan kemampuan ekonomis

dapat dikatakan sebagai suatu penghasilan apabila sudah direalisasi atau secara

akuntansi penghasilan tersebut sudah dapat dibukukan, baik dengan

menggunakan prinsip *cash basis* maupun *accrual basis*;

3. Baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, artinya

pengenaan pajak penghasilan tanpa melihat letak dari sumber penghasilan baik

yang berasal dari Indonesia maupun yang berasal dari luar Indonesia. Unsur ini

memenuhi konsep *world-wide-income*, dimana penghasilan yang dikenakan

pajak meliputi penghasilan manapun juga, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia;

- 4. Yang dapat dipakai untuk konsumsi maupun yang dipakai untuk menambah harta**, unsur ini merupakan cara menghitung atau mengukur besarnya penghasilan kena pajak, yaitu sebagai hasil penjumlahan seluruh pengeluaran untuk kebutuhan konsumsi dan sisanya yang ditabung menjadi kekayaan WP termasuk yang dipakai untuk membeli harta sebagai investasi (penggunaan tabungan WP untuk mengembangkan harta Wajib Pajak, seperti dibelikan saham untuk memperoleh dividen dan *capital gains* atau dibelikan tanah yang dapat memberikan sewa dan juga *capital gains*);
- 5. Dengan nama dan dalam bentuk apapun**, unsur ini memenuhi konsep bahwa hakekat ekonomis lebih penting daripada bentuk formal yang dipakai (*substance-over-form-principle*) dimana yang menentukan apakah penghasilan merupakan objek pajak adalah hakekat ekonomis, bukan pada bentuk yuridis.

Tabel 2.3: Unsur Penghasilan dalam Perpajakan

Seluruh Kemampuan Ekonomis Netto	Tambahan Kemampuan Ekonomis Netto
Yang menjadi objek pajak adalah semua tambahan kemampuan ekonomis. Oleh karena itu yang terbaik yang memenuhi asas keadilan adalah:	1. Sesuai dengan <i>Accreation concept</i> bahwa tambahan kemampuan ekonomis, dalam menghitung, <i>taxable income</i> , total <i>income</i> harus dikurangi dengan <i>tax reliefs</i> .
1. Diberlakukan <i>Global Taxation</i> , sehingga demikian semua jeni penghasilan dijadikan sebagai objek Pajak Penghasilan dengan tidak melihat dari mana sumber penghasilan tersebut.	“ <i>Total income is the reduced ny certain exemptions and deductions to arrive at income subject to tax.</i> ”
2. Diberlakukan <i>Worldwide Income</i> semua jenis penghasilan dijadikan sebagai objek Pajak Penghasilan	Oleh karena itu, dalam menghitung <i>taxable income</i> : 1. Diperbolehkan <i>Deductable Expenses</i> sebagai biaya 3M;

dengan tidak melihat asal penghasilan tersebut, apakah dari dalam negeri atau dari luar negeri.	2. Adanya <i>Personal Exemption</i> bagi WP Orang Pribadi.
---	--

Sumber : Rosdiana dan Irianto, (2012:183).

II.2.4 Sistem Pemungutan Pajak

Pemungutan pajak merupakan tujuan utama administrasi pajak dan alasan mengapa ada administrasi pajak. Hal ini diungkapkan oleh Alink dan Kommer bahwa "*Collection is the main objective of a Tax Administration and the reason for its existence*" (Alink Mattijs, 2000: 85). Secara teoritis terdapat tiga cara yang

dapat diterapkan dalam pemungutan pajak, yaitu *Official Assessment System*, *Self Assessment System*, dan *Hybrid System* atau *Withholding Tax System* (Adriani, 2000). Berikut ini penjelasan masing-masing sistem pemungutan tersebut:

II.2.4.1 *Official Assessment System*

Official Assessment System membuat fiskus berperan aktif dalam menghitung dan menetapkan besarnya pajak terutang. Ciri *Official Assessment System* adalah wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus, dimana fiskus bersifat aktif dan WP bersifat pasif. Kemudian, utang pajak timbul setelah dikeluarkan Surat Ketetapan Pajak (SKP) oleh fiskus.

1. Kelebihan dari *Official Assessment System* adalah:

Kelebihan pada tingkat kepastian penerimaan pajak dan kemudahan penerapannya. Hal ini dikarenakan, jumlah kewajiban pajak terutang dari Wajib Pajak dihitung dan ditetapkan oleh fiskus secara sepihak, sehingga akan mengurangi kemungkinan terjadinya penggelapan pajak yang dilakukan oleh WP, baik karena kesengajaan maupun karena ketidaktahuan WP dalam menghitung

kewajiban pajaknya.

2. Kelemahan pada *Official Assessment System* adalah:

Pelaksanaannya yang lebih mengedepankan kekuasaan negara tanpa melibatkan peran serta masyarakat dalam memenuhi kebutuhan negara dari pajak.

Hal ini tidak sesuai dengan prinsip negara demokrasi yang dianut oleh Indonesia.

Hal itu, menimbulkan kemungkinan terjadinya praktik *abuse of power* dalam proses pemungutan pajak. Praktik *abuse of power* juga diungkapkan oleh Rinsky

K. Judiseno yang menyatakan bahwa, keadaan ini sering disalahgunakan oleh para fiskus untuk mencari kesempatan dalam kesempatan, terutama dalam proses negosiasi penetapan atau perhitungan besarnya pajak, sering kali terjadi tawar-menawar antara fiskus dan Wajib Pajak (Rinsky, 1999).

II.2.4.2 *Self Assessment System*

Self Assessment System adalah sistem pajak yang memberikan kewenangan Wajib Pajak untuk menghitung, menyetorkan dan melaporkan pajak yang terutang. Sistem *self assessment* memberikan peran fiskus untuk mengawasi, seperti melakukan penelitian apakah Surat Pemberitahuan (SPT) telah diisi dengan lengkap dan semua lampiran sudah disertakan, juga meneliti kebenaran perhitungan dan penulisan. Meskipun demikian, untuk mengetahui kebenaran (material) data yang ada dalam SPT, fiskus akan melakukan pemeriksaan. Definisi *self assessment* menurut (*Internasional Tax Glossary*, 1998:138) adalah:

“Under *self assessment* is meant the system which the taxpayer is required not only to declare his basis of assessment (e.g taxable income) but also to submit a calculation of the tax due from his and, usually, to accompany his calculation with payment of the amount he regards as due .”

Di Indonesia, Pajak Penghasilan Orang Pribadi dan Pajak Penghasilan Badan menggunakan sistem ini. Selain itu sistem ini juga diterapkan pada Pajak Pertambahan Nilai (PPN) khususnya untuk objek PPN Pasal 4 huruf d dan huruf e, sebagaimana diatur dalam Pasal 3A ayat (3) UU No. 18 Tahun 2000 (Rosdiana, 2011:24). Ciri dari sistem *self assessment* menurut Sumyar (2004), yaitu wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada WP dan WP aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan. Pada penerapannya sistem *self assessment* ini dibedakan menjadi 2 (Sumyar, 2004) yaitu :

1. Sistem *Semi Self Assessment* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pada awal tahun sebagai perhitungan sementara dan setelah periode (tahun) tersebut berakhir, pajak yang sesungguhnya ditentukan oleh fiskus. Jadi dalam sistem semi *self assessment* ini wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh seseorang berada pada kedua belah pihak yaitu Wajib Pajak dan fiskus.

2. Sistem *Full Self Assessment* adalah sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang baik pada awal tahun maupun pada akhir tahun pajak.

Penghitungan pada awal tahun pajak merupakan penghitungan sementara dan pajak yang telah dibayarkan pada tahun berjalan nantinya diperhitungkan sebagai kredit pajak terhadap hutang pajak yang sesungguhnya menurut perhitungan setelah tahun pajak tersebut berakhir. Peran fiskus dalam sistem ini adalah tidak turut campur dalam menentukan besarnya pajak yang terutang, kecuali apabila Wajib Pajak menyalahi peraturan yang berlaku.

Kelebihan *Self Assessment System* adalah:

1. WP diberi kewenangan penuh dalam menentukan sendiri jumlah kewajiban pajaknya sesuai dengan ketentuan undang undang perpajakan yang berlaku,

sehingga pemungutan dengan sistem ini lebih mengedepankan peran serta dan partisipasi aktif masyarakat sebagai WP daripada mengedepankan kekuasaan yang cenderung bersifat *abusive* dalam proses pemungutan pajak.

2. Sistem pemungutan ini sesuai dengan prinsip negara demokrasi yang lebih mengedepankan partisipasi masyarakat dalam setiap proses bernegara termasuk penyediaan dana pembangunan dari pajak.

Kelemahan *Self Assessment System* adalah :

1. WP memiliki beban berat karena harus melaporkan semua informasi yang relevan dalam Surat Pemberitahuan, menghitung dasar pengenaan pajak, mengkalkulasi jumlah pajak terutang dan melunasi pajak terutang tersebut (Zain, 2005). Oleh karena itu, penerapan *Self Assessment System* dari sisi WP dirasakan lebih menyulitkan dibandingkan dengan *Official Assessment System*, dimana WP hanya menunggu penetapan pajak dari fiskus.
2. WP memperoleh kesempatan yang luas untuk melakukan penyelundupan pajak, baik secara unilateral dengan cara memberikan informasi yang palsu atau menunda pembayaran, maupun kesempatan lain untuk melakukan penyelundupan pajak secara bilateral dengan cara menyuap petugas penetapan, pemeriksa dan penagih pajak dari jajaran instansi pajak

II.2.4.3 *Withholding Tax System*

Withholding tax merupakan pajak yang dibayarkan sebelum akhir tahun pajak. Sistem pemungutan ini merupakan sistem kredit pajak, dimana pajak yang telah dipungut/dipotong dapat menjadi pengurang pajak penghasilan yang harus dibayar di akhir tahun pajak. Menurut Mardiasmo, *withholding system* adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan WP yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya

pajak yang terutang oleh WP (Mardiasmo, 2003:8). Ciri-cirinya, wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan WP.

Withholding tax system dirancang untuk menghasilkan penerimaan pajak dengan jumlah yang besar secara lebih cepat dan tidak memerlukan biaya yang besar, sangat efektif untuk memungut pajak penghasilan. Sistem ini memungut pajak langsung pada saat penghasilan dibayarkan atau dibayarkan pada tahun berjalan, sehingga penerimaan pajak menjadi lebih cepat terkumpul. Nurmantu mengemukakan pernyataan serupa bahwa *withholding tax system*, selain memperlancar masuknya dana ke kas negara tanpa intervensi fiskus yang berarti menghemat biaya administrasi pemungutan (*administrative cost*), juga WP yang dipotong/dipungut pajaknya secara tidak terasa (*convenience*) telah memenuhi (sebagian ataupun keseluruhan) kewajiban perpajakannya (Nurmantu, 2003: 111). Keefektifan *withholding tax system* dalam memungut pajak tercermin dari pelaksanaannya di Amerika Serikat. Kelley dan Oldman menyatakan bahwa *withholding system* merupakan sistem pemungutan pajak yang paling utama di Amerika Serikat karena memiliki kontribusi yang besar dalam memungut pajak penghasilan, berupa upah dan gaji, sebesar 70% dari total keseluruhan pajak penghasilan individu (*individual income taxes*) yang dikumpulkan (Nurmantu, 2003: 111). Fakta tersebut memperkuat pendapat yang menyatakan bahwa *withholding* merupakan sistem pemungutan pajak yang memberikan kontribusi paling besar dalam penerimaan negara, namun *withholding tax system* dapat pula menyebabkan lebih bayar pajak, dan untuk mendapatkan pengembalian uang tersebut (restitusi) harus melalui proses pemeriksaan dan prosedur yang cukup sulit, sementara uang WP tertahan dan menghambat likuiditas keuangannya.

Belum optimalnya sistem informasi perpajakan juga menyebabkan sulitnya untuk melakukan konfirmasi bukti potong dimana petugas pajak sering menjawab tidak ada, padahal pemotong/pemungut punya bukti jika WP sudah dipotong/memotong.

Withholding tax system memiliki baik keunggulan maupun kekurangan.

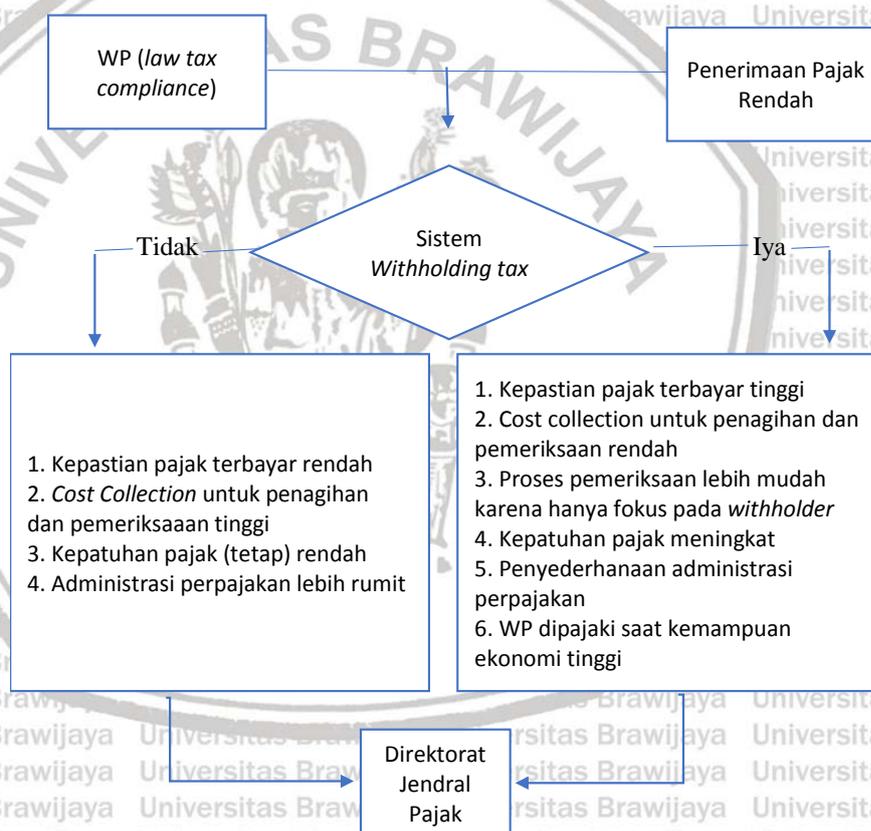
Keunggulan *withholding tax system* menurut Mansury (1992: 188), yaitu:

1. *It can be used to improve voluntary compliance, because the payee must report the income on which tax has been withheld, otherwise, he will be identified by the payer's report,*
2. *The tax due is automatically collected from under reporters and non filers,*
3. *The method promotes tax equity because even if the payee under reports his income or does not file a tax return he has already paid the tax owers,*
4. *It imigates or gliminates collection problems for the tax departement, and*
5. *It is a convenient way for the taxpayer to pay his tax.*

Keunggulan *withholding tax system*, yaitu (1) dapat digunakan sebagai instrumen untuk meningkatkan kepatuhan WP dalam membayar dan melaporkan pajak terutang; (2) jumlah pajak terutang dapat secara otomatis ditarik dari pihak yang tidak melaporkan ataupun mengisi SPT; (3) dapat menciptakan keadilan pajak karena pajak yang terutang tetap sudah dibayarkan dari pembayar pajak yang tidak melaporkan dan menyampaikan SPT; (4) dapat mengurangi masalah pengumpulan pajak bagi aparat pajak; (5) memberikan kenyamanan saat pembayaran pajak bagi pembayar pajak karena pajak dibayar saat menerima penghasilan. Adapun kekurangan dari *withholding tax system* adalah:

1. *It could create hardship to certain taxpayers because of its overwithholding effect, and*
2. *It will bring costs to collection agens who must administer the tax.*

Mansury (1992: 188) berpendapat bahwa kelemahan *withholding tax system* terletak pada kemungkinan timbulnya efek dari pembayaran pajak yang terlampau tinggi melalui sistem *withholding tax system* atau *overwithholding effect*. Kelemahan lainnya adalah menimbulkan biaya baru bagi pihak yang diwajibkan untuk melaporkan pajak. Biaya itu dapat berupa biaya perjalanan ke kantor pajak dalam rangka melaporkan pajak yang telah dipotong. Kelebihan dan kelemahan sistem tersebut dirangkum dalam penelitian Damayanti dkk. (2016) yang mengemukakan efektivitas *withholding tax* dalam sebuah gambar.



Gambar 2.1 Efektivitas *Withholding Tax System*

Sumber: Damayanti dkk. (2016)

Pada dasarnya, penerapan *withholding tax system* di banyak negara dikenakan pada bunga, royalti, dan dividen. Seperti yang dikemukakan Aaron

bahwa di banyak negara pada umumnya, pemungutan melalui *withholding tax system* dikenakan pada transaksi antar negara seperti pembayaran bunga, royalti, dan dividen. Aaron menjelaskan bahwa yang menjadi WP atas penghasilan di atas adalah penerima penghasilan tersebut, namun yang memiliki kewajiban untuk melakukan pemotongan pajak adalah pihak yang melakukan pembayaran atas bunga, royalti, dan dividen. Pihak yang wajib memotong pajak, dengan kata lain, adalah pihak yang memberi penghasilan.

Jantscher sebagaimana dikutip oleh Darussalam dan Septriadi berpendapat bahwa *withholding tax* secara tradisi hanya diterapkan terhadap pemotongan atas gaji, bunga, dan dividen, kemudian diperluas untuk memotong penghasilan dari jasa profesional, sewa, dan terhadap semua penghasilan dari usaha lainnya (Darussalam dan Dani Septriadi, 2000:28). Yudkin menyatakan tidaklah mudah menetapkan tarif untuk *withholding system* bagi *business income*, kesulitan itu muncul karena besarnya pajak yang terutang bergantung kepada hasil keseluruhan operasi tahun bersangkutan, apabila subjek pajak mengalami kerugian, maka tarif *withholding tax* sekecil apapun akan menyebabkan lebih bayar pajak di akhir tahun (Yudkin, 197: 36). Penetapan tarif *withholding tax* akan menjadi semakin sulit jika penghasilan yang diterima berupa *nonregular payments* seperti *professional fees*, penjualan, dan *payments on contracts*.

Mengacu pada pernyataan Richupan, skema *withholding* tidak dapat diterapkan kepada semua jenis penghasilan, karena skema *withholding* hanya tepat apabila dikenakan kepada kondisi usaha yang jumlah pemotong pajaknya relatif lebih sedikit dibanding dengan penerima penghasilan, hal ini berhubungan

dengan sejauh mana pengawasan yang dapat dilakukan oleh aparat pajak.

Richupan juga menyatakan bahwa banyak jenis penghasilan, misalnya penghasilan sewa, penghasilan profesional, dan penghasilan dari usaha kecil, tidak cocok untuk dijadikan sebagai objek *withholding* karena lebih banyak pemotong daripada penerima penghasilan (Rosdiana, 2017:17). Griffith menyatakan bahwa pemotongan pajak dapat dilakukan atas pembayaran gaji dan pembayaran lainnya atas penghasilan modal, tetapi tidak mungkin dapat merancang sistem *withholding tax* yang memuaskan atas penghasilan dari perkebunan, penghasilan usaha, dan penghasilan investasi, serta jasa profesional (Kelley dan Oldman, 1973: 381).

Hal ini disebabkan oleh sulitnya untuk menentukan tarif efektif *withholding tax* atas penghasilan usaha, skema *withholding tax* harus diterapkan dengan sangat hati-hati karena jika tidak diimplementasikan dan diadministrasikan dengan baik, pemotongan ini menjadi pajak penghasilan final dan menyerupai pajak ekspor atau pajak penjualan daripada sebagai pajak penghasilan (Rosdiana, 2017:17).

Menurut Thuronyi, *withholding system* domestik dapat diterapkan terhadap individu yang berwiraswasta, namun secara administratif tidaklah mungkin menerapkan *withholding tax* pada semua pembayaran yang diterima oleh individu tersebut (Thuronyi, 1998: 69). Contohnya, jika suatu penghasilan dipotong pajak oleh pihak pembayar penghasilan, maka tidaklah mungkin menerapkan *withholding tax* pada semua penghasilan atas individu wirasawsta yang memiliki pelanggan kecil (*small-value costumers*), terutama pelanggan non-bisnis, dalam jumlah besar. Hal ini akan menimbulkan masalah administratif karena begitu banyaknya transaksi *withholding* yang dilakukan oleh pelanggan

kecil dari seorang wiraswastawan.

Thuronyi menyatakan bahwa *withholding tax* pada individu wiraswasta lebih tepat bagi bisnis dengan jumlah pelanggan yang relatif kecil yang diikuti oleh adanya batas penguasaan (*threshold*) sebelum *withholding tax* diterapkan (Thuronyi, 1998: 69). Thuronyi juga menambahkan, jika tarif *withholding* yang berdasarkan penghasilan kotor dikenakan terlalu tinggi, maka *withholding tax* akan menyebabkan lebih bayar pajak dalam tahun pajak yang bersangkutan serta akan menyebabkan masalah *cash-flow* yang serius bagi pembayar pajak (Thuronyi, 1998: 70).

Tabel 2.4: Perbandingan Sistem *Self Assesment* dan *Withholding Tax*

No	Keterangan	<i>Self Assesment System</i> (SAS)	<i>Withholding Tax System</i> (WHT)
1.	Pengertian	Self Assesment System adalah suatu pemungutan pajak dimana wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar oleh WP terletak pada pihak WP yang bersangkutan.	Withholding Tax System adalah suatu pemungutan pajak yang menyatakan bahwa jumlah pajak yang terutang dihitung oleh pihak ketiga (bukan WP dan juga bukan aparat pajak/fiskus).
2.	Kewajiban perpajakan	Wajib pajak bersifat aktif untuk menghitung, menyetor serta melaporkan pajaknya sendiri kepada kantor pelayanan pajak (KPP).	Pihak ketiga berperan aktif untuk menghitung, menyetor serta melaporkan pajak dari WP kepada kantor pelayanan pajak (KPP)
3.	Contoh penerapan	Penghasilan yang diberikan oleh pemberi kerja atas imbalan (disebut dengan penghasilan aktif atau <i>earned income</i>) Contoh: Pajak Penghasilan Orang Pribadi (PPh OP) Pajak Penghasilan Badan (PPh Badan), Pajak	Penghasilan yang tidak membutuhkan banyak usaha/tenaga untuk memperolehnya atau penghasilan yang berasal dari modal saham, pinjaman, atau kapitalisasi biaya penelitian dan pengembangan (disebut dengan penghasilan pasif atau

		<p>Pertambahan Nilai (PPN) Khususnya Untuk Objek PPN Pasal 4 Huruf e.</p>	<p>(PPN) <i>unearned income</i>). Contoh : PPh Pasal 21, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23, PPh Final Pasal 4 Ayat (2) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).</p>
4.	Kelebihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peran Wajib Pajak aktif untuk melakukan perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak, sehingga pemerintah dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya. 2. Wajib pajak terdorong untuk memahami dengan baik sistem perpajakan yang berlaku. 3. Apabila <i>self assessment system</i> dilaksanakan dengan baik maka semakin tinggi tingkat kepatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. 4. Terjadi keakuratan dalam pembayaran pajak, karena Wajib Pajak sendiri yang mengetahui dengan pasti jumlah penghasilannya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efektif dalam kepastian terbayarnya pajak karena pemotong pajak yang berasal justru akan cenderung lebih disiplin dalam menghitung, memotong dan membayarkan pajak. 2. WHT akan mempermudah proses pengawasan sebab DJP hanya perlu fokus pada para pemotong pajak (<i>withholder</i>) yang jumlahnya tidak sebanyak Wajib Pajak. 3. Pajak akan dipotong atau dipungut oleh pihak lain pada saat timbulnya objek pajak (PAYE). 4. Sistem yang memiliki ketepatan waktu penyetoran, kemudahan, kesederhanaan, sehingga mempercepat penerimaan ke kas negara, dan biaya pemungutan pajak yang lebih murah. 5. Sistem WHT juga mampu untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak, hal ini karena antara Wajib Pajak dan pihak pemotong memiliki kepentingan yang berbeda.

5. Kelemahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cara pemungutan yang sulit dimengerti apabila Wajib Pajak tidak paham mengenai ketentuan perpajakan yang berlaku. 2. Biaya kepatuhan (<i>cost of compliance</i>) tinggi kepada Wajib Pajak harus mengorbankan waktu, usaha dan biaya seperti untuk membayar jasa konsultan pajak. 3. Wajib Pajak dihadapkan oleh keterbatasan informasi mengenai perubahan Perpu perpajakan yang berlaku dan dalam pelaksanaannya sulit berjalan sesuai dengan yang diharapkan karena kesadaran Wajib Pajak masih rendah terhadap kewajiban perpajakannya. 4. Adanya kepercayaan penuh yang diberikan pemerintah membuat peluang WP untuk melakukan penghindaran pajak besar, dengan cara memanfaatkan kelemahan peraturan pajak (<i>loopholes</i>). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menimbulkan beban pemenuhan kewajiban perpajakan yang tinggi bagi pihak ketiga atau pihak pemotong/pemungut. Misalnya beban administrasi bila terlambat memotong/menyetorkan. 2. Penerima penghasilan kurang dilibatkan dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Penerima penghasilan hanya sebagai pihak yang dipotong penghasilannya.
--------------	--	---

Sumber: Data diolah Penulis, 2020

II.2.5 Paradigma Kepatuhan Pajak

Menurut H. C. Kelman kepatuhan adalah *an overt acceptance induced by expectation of rewards and an attempt to avoid possible punishment not by an*

conviction in the desirability of the enforced rule. Power of the influencing agent is based on 'means control' and, as a consequence, the influenced person conforms only under surveillance (Kelman, 2002). Hal tersebut berarti bahwa kepatuhan (*compliance*) seseorang atas suatu penerapan peraturan selain karena penghargaan, juga untuk menghindari sanksi hukum. Akan tetapi kepatuhan tersebut masih memerlukan suatu pengawasan dan kendali dari pihak yang mempunyai kewenangan atas peraturan tersebut.

Menurut James dan Alley (2002) dalam Saad (2014), kepatuhan pajak merujuk pada keinginan individu untuk bertindak sesuai dengan hukum tertulis dan *spirit of law* serta administrasinya tanpa adanya aktivitas penegakan hukum.

Menurut Roth dkk. (1989) dalam Saad (2014), kepatuhan pajak merupakan mengisi SPT tepat waktu dan melaporkan kewajibannya secara akurat sesuai dengan hukum perpajakan yang berlaku pada saat SPT tersebut dilaporkan.

Pengertian kepatuhan pajak menurut Nasucha yang dikutip Rahayu (2010:139), menyatakan bahwa kepatuhan WP dapat didefinisikan dari kewajiban WP dalam mendaftarkan diri, kepatuhan WP untuk menyetorkan kembali Surat Pemberitahuan (SPT), kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak terutang, dan kepatuhan dalam pembayaran tunggakan.

Pemerintah akan terus meningkatkan kepatuhan pajak melalui reformasi perpajakan, yaitu melalui perbaikan administrasi dan kebijakan yang tidak mengganggu iklim bisnis. Reformasi pajak seharusnya bukan hanya berbicara soal penerimaan dan pengaturannya, yang harus dihadapi adalah arus perubahan lanskap pajak global yang tidak menentu serta adanya agenda reformasi pajak domestik

yang komprehensif. Tidak hanya itu, paradigma kepatuhan pajak juga harus dibangun menjadi lebih baik (Darussalam dkk., 2019).

II.2.5.1 Kepatuhan Sukarela (*Voluntary Tax Compliance*)

Kepatuhan Sukarela (*Voluntary Tax Compliance*) adalah kepatuhan yang dilaksanakan oleh masyarakat secara sukarela untuk memenuhi kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. *Voluntary Tax Compliance* memang diharapkan muncul dari WP dengan adanya penerapan *Self Assessment System*. Akan tetapi, hukum pajak tidak dapat berdiri sendiri. Berbagai aspek menjadi pertimbangan WP untuk berperilaku apakah akan patuh (*comply*) atau tidak. Hukum pajak mengandalkan upaya pencegahan, tetapi juga dituntut kemampuan pemerintah dan jajarannya secara efektif bisa mendeteksi dan memberikan sanksi bagi pihak-pihak yang tidak mematuhi peraturan perundang-undangan perpajakan. Oleh karena itu, peran institusi publik yang lain juga menjadi pertimbangan bagi WP. Lalu, berapa biaya waktu dan sumber daya yang harus dikeluarkan oleh WP (*compliance cost*), ketika WP harus memahami sistem hukum perpajakan, menyusun pembukuan, melengkapi dan melaporkan SPT, serta ketika berhubungan dengan kantor pajak.

Idealnya kepatuhan perpajakan yang diinginkan adalah kepatuhan pajak secara sukarela (*Voluntary Tax Compliance*). Kepatuhan sukarela timbul dari dalam diri Wajib Pajak sendiri untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Rosdiana dan Irianto (2012:19), sebagai berikut:

“Kepatuhan Wajib Pajak yang disebabkan dari rasa takut pada sanksi atau hukuman merupakan kepatuhan yang bersifat semu dan akan mengurangi manfaat dari penerapan sanksi. Apabila sanksi ditegakkan terhadap Wajib Pajak yang melanggar ketentuan realisasi *Law Enforcement* akan mendorong

Wajib Pajak lain untuk memenuhi kewajiban perpajakannya, karena khawatir mengalami hal yang sama. Namun, jika sanksi tidak ditegakkan lagi, mungkin kadar kepatuhan Wajib Pajak akan menurun, bahkan sama sekali tidak patuh.”

Voluntary Tax Compliance timbul dari kesadaran warga negara untuk berperan serta dalam pembangunan negara. Konsep utama dari *Voluntary Tax Compliance* adalah kesadaran warga negara khususnya Wajib Pajak. Beberapa ahli menjabarkan definisi mengenai kesadaran pajak. Kesadaran pajak merupakan turunan kata dari kesadaran. Kesadaran adalah keadaan mengetahui atau mengerti (Jatmiko, 2006:22).

Lebih lanjut, kesadaran pajak menurut Muliari sebagaimana dikutip oleh Dewinta dan Syafruddin adalah suatu kondisi dimana seseorang mengetahui, mengakui, menghargai, dan menaati ketentuan perpajakan yang berlaku serta memiliki kesungguhan dan keinginan untuk memenuhi kewajiban perpajakannya (Dewinta dan Syafruddin, 2012:12). Berdasarkan uraian diatas, ditarik kesimpulan bahwa kesadaran pajak adalah dorongan alam bawah sadar warga negara khususnya Wajib Pajak untuk mengetahui dan mengerti dalam menaati ketentuan perpajakan yang berlaku. Menurut Irianto (2005), sebagaimana dikutip oleh Rantung dan Adi (2009:8-9) kesadaran membayar pajak memiliki beberapa bentuk, antara lain:

1. Kesadaran bahwa pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara. Wajib Pajak bersedia untuk membayar pajak karena merasa tidak dirugikan dari pemungutan pajak yang dilakukan.
2. Kesadaran bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak sangat merugikan negara. Wajib Pajak mau membayar pajak karena

memahami bahwa penundaan pembayaran pajak dan pengurangan beban pajak berdampak pada kurangnya sumber daya finansial yang dapat mengakibatkan terhambatnya pembangunan negara.

3. Kesadaran bahwa pajak ditetapkan dengan Undang-undang dan dapat dipaksakan. WP akan membayar karena pembayaran pajak disadari memiliki landasan hukum yang kuat dan merupakan kewajiban mutlak setiap warga negara.

Sejatinya penciptaan *voluntary tax compliance* merupakan hal yang diinginkan, tetapi dalam praktiknya hal ini tentu sangat sulit untuk diterapkan, diperlukan upaya-upaya menyeluruh dan usaha yang keras dari fiskus.

Sebagaimana dijelaskan oleh Rosdiana dan Irianto (2012:20), sebagai berikut:

“Kepatuhan sukarela hanya akan terbangun jika fungsi-fungsi pemerintah dilaksanakan sungguh-sungguh, sesuai dengan prinsip *good governance*. Pada dasarnya tidak ada manusia yang ingin dikenakan pajak, tetapi kesadaran, pemahaman akan pentingnya pajak serta adanya bukti positif yang ditunjukkan pemerintah-antara berupa keamanan, pelayanan publik yang lebih baik, tersediannya barang publik, kesejahteraan rakyat akan membuat rakyat lebih rela untuk membayar pajak.”

Salah satu indikator yang dapat membuat rakyat rela membayar pajak adalah pemahaman akan pentingnya pajak. Hal ini serupa dengan pendapat beberapa ahli antara lain Hyun dan Eriksen. Menurut Hyun *many non-economic factors which effect tax compliance are, the willingness to pay for public provision, public education, tax morale, etc* (Nicoleta, 2011). Pentingnya pendidikan sebagai faktor yang mendukung sifat WP menuju kepatuhan secara sukarela (*voluntary tax compliance*) dijelaskan oleh Soemitro (1998:30).

“Secara umum dapat dikatakan bahwa makin tinggi pendidikan Wajib Pajak, maka makin mudah pula bagi mereka untuk memahami peraturan perpajakan. Wajib Pajak yang sudah memahami peraturan perpajakan

termasuk memahami sanksi administrasi dan pidana fiscal, diharapkan akan memenuhi kewajiban perpajakannya.” Soemitro (1998:30).

Pajak sebagai sumber penerimaan negara tentunya memiliki otoritas yang menghimpun dan mengelola dana tersebut. Pemerintah Indonesia memiliki otoritas pajak yaitu Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sebagai lembaga yang mengelola pajak di Indonesia. DJP juga memiliki tugas untuk memberikan sosialisasi pengetahuan perpajakan kepada masyarakat.

II.2.5.2 Kepatuhan Kooperatif (*Cooperative Compliance*)

Berangkat dari refleksi adanya kelemahan otoritas dalam memetakan perilaku kepatuhan dalam spektrum lebih luas, paradigma kepatuhan kooperatif hadir (OECD, 2008). Paradigma ini lahir sebagai konsekuensi perkembangan nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat, seperti keinginan untuk merestorasi kontrak fiskal, penghormatan atas hak-hak WP, prinsip demokrasi, dan sebagainya. Tidak ada definisi universal atas kepatuhan kooperatif karena setiap negara yang mengaplikasikannya memiliki format dan implementasi berbeda-beda. Walau demikian, OECD mendefinisikannya sebagai hubungan yang didasari oleh kerja sama dan asas saling percaya antara otoritas dan WP. Poin utama paradigma ini adalah adanya pemahaman satu sama lain berdasarkan kebutuhan dan aspirasi, baik dari otoritas pajak maupun WP (OECD, 2008).

Konsep ini sejatinya bukan hal yang baru. pada awalnya OECD menggunakan istilah *enhanced relationship*. Akan tetapi, definisi yang dibentuk dari istilah *enhanced relationship* dianggap terlalu luas dan memiliki konotasi yang sedikit negatif. Oleh karena itu, OECD mengganti istilah tersebut menjadi *cooperative compliance* yang dianggap lebih sesuai (Bronzewska, 2016:264).

OECD juga memberikan definisi tambahan, yaitu pendekatan kepatuhan kooperatif dapat dikarakteristikan sebagai bentuk mempertukarkan transparansi

untuk memperoleh kepastian. Sementara itu, definisi kepatuhan kooperatif menurut IFA dalam *Key Issue Report* adalah hubungan sukarela antara otoritas pajak dan Wajib Pajak untuk saling terbuka dan percaya serta saling menghargai antara hak otoritas pajak dan hak WP dengan cara yang lebih efisien terkait keterbukaan informasi (OECD, 2013).

Berdasarkan definisi-definisi sebelumnya, kepatuhan kooperatif dapat diartikan sebagai paradigma yang dilakukan berdasarkan asas saling percaya dan terbuka antara otoritas pajak dengan Wajib Pajak terkait informasi-informasi yang dimiliki oleh kedua belah pihak sehingga memberikan efek timbal balik yang saling menguntungkan, baik dari sisi efisiensi biaya, waktu, dan keterbukaan informasi. Kepatuhan kooperatif adalah sebuah hubungan yang mendukung kolaborasi dan bukan konfrontasi serta berdasar lebih kepada rasa saling percaya daripada kewajiban yang dipaksakan (OECD, 2008).

Kepatuhan kooperatif berdiri di atas tiga pilar dasar, yaitu rasa saling percaya, transparansi, dan pengertian. Terdapat nilai-nilai yang harus dipegang oleh otoritas pajak untuk mewujudkan kerja sama ini, yaitu *commercial awareness*, pendekatan imparisial, proporsionalitas, keterbukaan, dan responsif. Sementara itu, Wajib Pajak yang ikut serta dalam kerja sama ini harus transparan dan bersedia mengungkapkan informasi yang relevan (Bronzewska, 2016:86).

Kepatuhan kooperatif pada hakikatnya bukanlah suatu paket kebijakan yang terdiri berbagai program yang terpisah. Sebaliknya, kepatuhan kooperatif adalah suatu program yang bersifat koheren. Dapat dikatakan bahwa setiap bagian dalam prosedur sistem pajak memenuhi prinsip kepatuhan kooperatif apabila memperhatikan pemenuhan hak-hak WP serta mengedepankan dialog antara otoritas pajak dengan WP. Walau demikian, kepatuhan kooperatif bukan berarti menggantikan sistem yang sudah ada, tetapi lebih kepada cara untuk

meningkatkan efektivitas pemungutan pajak dengan cara memengaruhi perilaku WP. Transparansi menjadi kata kunci interaksi antarpihak dalam paradigma ini.

Salah satu yang ingin dicapai dari implementasi kepatuhan kooperatif adalah sebagai alat manajemen risiko kepatuhan (*Compliance Risk Management* atau CRM) yang efektif dan efisien. Otoritas pajak memerlukan sumber daya informasi mengenai aktivitas WP untuk mencapai tujuan ini. Kepatuhan kooperatif inilah yang bisa digunakan sebagai alat untuk mendorong WP secara sukarela memberikan informasi mengenai kewajiban pajak maupun kondisi komersialnya.

Sebagai hasilnya, otoritas dapat menerapkan regulasi yang bersifat responsif (*responsive regulation*), yaitu perbedaan perlakuan otoritas pajak terhadap WP yang diterapkan berdasarkan karakteristik perilaku WP.

Kepatuhan kooperatif juga dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengatasi perencanaan pajak yang agresif. Selain itu, kepatuhan kooperatif memungkinkan pemungutan pajak yang lebih efisien karena berorientasi pada *win-win solution*. Artinya, pemungutan pajak akan dilaksanakan lebih baik. Bahkan, dalam situasi sumber daya yang terbatas serta memungkinkan Wajib Pajak untuk membuat keputusan bisnis yang cepat (tanpa hambatan karena ada kepastian) dan beban pemeriksaan yang berkurang. Implikasinya adalah kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) akan mudah dicapai. Terminologi *voluntary* menggambarkan motivasi sekelompok WP yang menjalankan kewajibannya atas kemauan sendiri.

Paradigma kepatuhan kooperatif memiliki berbagai manfaat. Bagi otoritas pajak, manfaat yang bisa diperoleh dari paradigma ini, yaitu:

1. Adanya peningkatan hubungan dengan Wajib Pajak yang dilandasi oleh rasa percaya, saling pengertian, keterbukaan, dan transparansi.
2. Memahami aktivitas bisnis WP yang mencakup informasi komersial, perubahan iklim bisnis yang memengaruhi kondisi WP, perspektif WP atas suatu aturan, dan sebagainya.

3. Otoritas pajak dapat mengelola manajemen risiko dengan lebih baik dan cepat serta memiliki akses langsung kepada pengambil keputusan di perusahaan sehingga bisa menawarkan tata kelola pajak yang lebih baik.
4. Kepastian dalam waktu yang lebih efisien, penyelesaian sengketa lebih cepat, kemampuan melakukan proyeksi persoalan pajak di masa mendatang.
5. Mengurangi beban administrasi sekaligus mencapai kepatuhan yang lebih tinggi, pelaporan SPT yang lebih akurat, dan pembayaran yang lebih cepat.
6. Dapat memperoleh informasi akurat secara cepat terkait perkembangan situasi dunia usaha untuk dijadikan input bagi pembuat kebijakan.
7. Alokasi sumber daya manusia yang lebih baik.
8. Menciptakan kepercayaan atas sistem pajak serta hubungan antara otoritas dan Wajib Pajak yang lebih *fair*.

Sementara itu, kepatuhan kooperatif bagi WP memiliki manfaat yaitu:

1. Adanya peningkatan hubungan yang lebih baik yang pada akhirnya bisa mengurangi ketidakpastian di sektor pajak;
2. Memungkinkan adanya perbedaan perlakuan berdasarkan karakteristik kepatuhan Wajib Pajak;
3. Memperbaiki reputasi karena keterlibatan dalam program ini akan memperlihatkan sisi baik di mata publik;
4. Manajemen risiko yang lebih baik, kemampuan untuk memprediksi posisi dan kemauan otoritas, serta berhubungan dengan otoritas pajak yang memiliki perspektif yang lebih netral;
5. Kesempatan untuk menyampaikan permasalahan yang ada dalam aturan maupun administrasi pajak;
6. Kepastian di awal dengan mengurangi *uncertain tax position* dan mempercepat penyelesaian sengketa sekaligus mengurangi terbuangnya sumber daya dalam proses litigasi; dan

7. Mengurangi biaya kepatuhan serta berkurangnya pemeriksaan karena keterlibatan dalam kepatuhan kooperatif telah menyertakan suatu standar kepatuhan sejak awal.

Paradigma tersebut akan membantu pemenuhan elemen mendasar dalam penyelenggaraan administrasi pajak, yaitu berbiaya rendah, baik bagi otoritas maupun WP, dan terbangunnya hubungan berbasis kepercayaan (OECD, 2017).

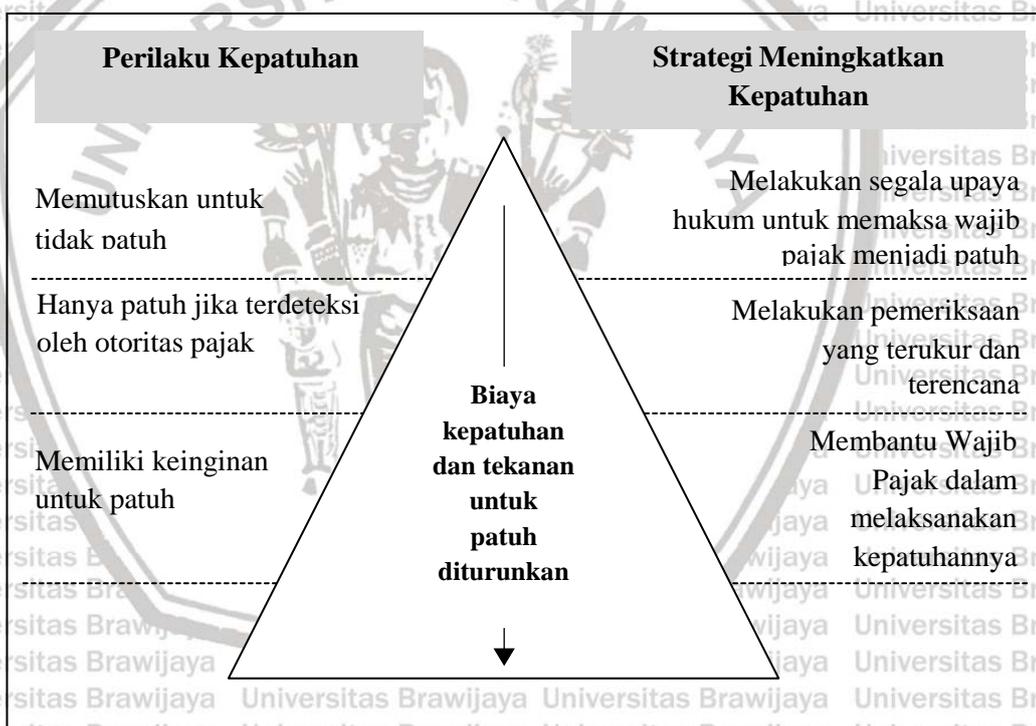
II.2.6 Model Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak mencakup spektrum yang lebih luas, menurut OECD perilaku Wajib Pajak dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelompok yang digambarkan dalam suatu piramida (OECD, 2008). OECD menekankan bahwa iklim kepatuhan pajak dapat membaik apabila otoritas pajak secara akurat memperlakukan Wajib Pajak sesuai tingkat kepatuhannya. Wajib Pajak patuh yang terus dicurigai dan diperlakukan sama seperti Wajib Pajak tidak patuh akan berisiko kehilangan kepercayaan dan menurunkan tingkat kepatuhannya. Dengan kata lain, strategi peningkatan kepatuhan pajak perlu dibedakan berdasarkan perilaku kepatuhan WP (OECD, 2008). Menurut Pohan (2017), *Compliance Model* oleh OECD menggambarkan hubungan antara sikap kepatuhan pajak (*attitude to compliance*) dan strategi kepatuhan dalam merespons ketidakpatuhan di setiap tingkatan. Pada model tersebut, terdapat strategi antisipasi untuk menanggulangi perilaku tidak patuh di setiap tingkatan.

Menurut Pohan (2017), model OECD tersebut menunjukkan bahwa perilaku kepatuhan WP sifatnya variatif, sehingga harus ditanggapi dengan strategi kepatuhan (*compliance strategy*) yang berbeda-beda. Pengelompokan WP yang ditinjau dari sisi kepatuhannya tidak dapat hanya menjadi dua, yaitu WP patuh dan WP tidak patuh. Peralnya, dua kelompok ini merupakan titik ekstrem. Ada

kecenderungan WP lebih banyak terombang-ambing di antara kedua kelompok itu. Hal ini merupakan sesuatu yang sangat wajar, terutama jika mengingat bahwa keputusan untuk patuh sifatnya dinamis dan dipengaruhi oleh situasi (lingkungan) yang dihadapi oleh WP. Dengan demikian, perilaku kepatuhan mencakup spektrum yang lebih luas daripada dua kelompok tersebut.

Menurut OECD, perilaku kepatuhan WP dapat diklasifikasikan dalam empat kelompok yang digambarkan dalam suatu piramida model kepatuhan. Piramida ini menunjukkan bahwa semakin ke puncak, jumlah WP dalam suatu kelompok akan semakin sedikit, Hal tersebut dapat dilihat dalam gambar 2.2 dibawah ini:



Gambar 2.2 Perilaku Wajib Pajak dan Strategi Meningkatkan Kepatuhan

Sumber: OECD *Managing and Improving Tax Compliance* (2004:41).

Penggolongan tersebut mulai dari WP yang tunduk pada segala regulasi pajak dan menentang setiap bentuk kecurangan ataupun argumen yang merasionalisasikan ketidakpatuhan pajak (*altruistic compliers*), hingga WP yang

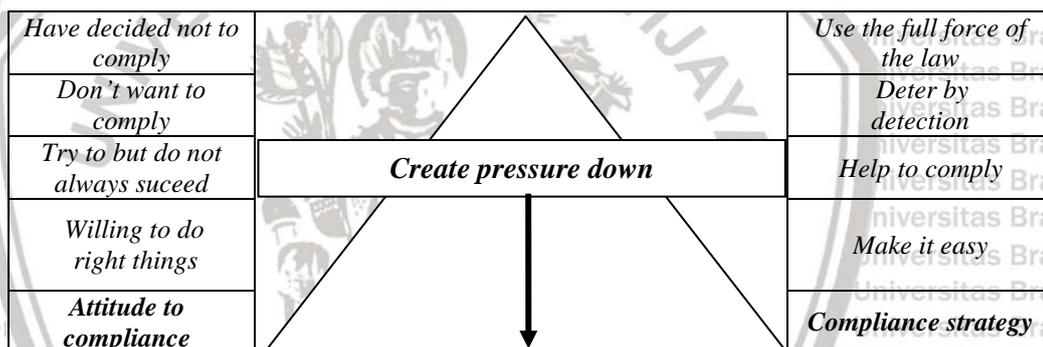
sama sekali tidak patuh dan memiliki persepsi negatif terhadap pajak, serta menganggap kecurangan sebagai sesuatu yang dapat diterima (*rebels*). Penggolongan perilaku kepatuhan ini dapat disederhanakan menjadi tiga golongan utama, yaitu WP yang patuh, WP yang sewaktu-waktu tidak patuh, serta WP yang tidak patuh sama sekali.

II.2.6.1 Model Kepatuhan Pajak Australia

Menyadari bahwa perannya tidak sekedar sebagai pengelola penerimaan dari sektor pajak, namun lebih penting dari itu adalah untuk membangun kepercayaan serta menjalin hubungan dengan publik demi keberlangsungan sistem perpajakan itu sendiri otoritas pajak di Australia (*Australian Taxation Office* atau ATO) sejak akhir 1990-an mulai meninggalkan model pendekatan lama *command and control regulation* dalam berhubungan dengan masyarakat pembayar pajak (Tambunan, 2018).

Melalui sebuah proses panjang penelitian empiris serta diilhami oleh teori *responsive regulation* dan *motivational postures* tersebut di atas, ATO lalu memperkenalkan model piramida regulasi yang responsif sebagai alat untuk mengelola kepatuhan pembayar pajak yang berdimensi jangka panjang, piramida tersebut dikenal dengan sebutan *The ATO Compliance Model* atau Model Kepatuhan ATO (ATO Gov, 2018). Model Kepatuhan ATO terdiri dari tiga elemen penting, yaitu: pertama, adalah elemen pemahaman terhadap lingkungan di mana regulasi diterapkan (dikenal dengan faktor BISEP); kedua, skala sikap Wajib Pajak terhadap kewajiban perpajakan mereka (di sisi kiri dari piramida); ketiga, pada sisi kanan piramida adalah alternatif strategi penindakan yang tersedia bagi regulator.

BISEP adalah kependekan dari *Business, Industry, Social, Economic and Psychological* faktor. Melalui elemen ini yang dimaksud adalah bahwa otoritas pajak harus memahami lingkungan di mana sebuah regulasi berada. Melalui pemahaman yang baik mengenai faktor-faktor tersebut, regulator akan mengerti mengapa seseorang patuh atau tidak patuh. Elemen ini juga memberikan penekanan bahwa terdapat berbagai faktor yang berbeda yang mempengaruhi perilaku kepatuhan seseorang. Langkah pertama dan terpenting dalam menerapkan model ini adalah menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepatuhan seseorang. Penjelasan dari empat macam variasi kepatuhan beserta alternatif strategi kepatuhan disajikan pada gambar berikut:



Gambar 2.3 Australian Tax Office Compliance Model

Sumber: www.ato.gov.au (2019)

Berdasarkan model kepatuhan pajak ATO terlihat bahwa bentuk piramida kepatuhan menggambarkan bahwa:

1. Tingkatan piramida menunjukkan jumlah WP pada setiap level kepatuhan. Sesuai dengan tingkatan terbawah piramida ATO tersebut maka Australia didominasi oleh WP yang memiliki tingkat kepatuhan yang tinggi.
2. Semakin meningkatnya fokus ke puncak pada piramida tersebut maka hanya terdapat minoritas kecil yang berusaha untuk melawan sistem atau memutuskan untuk menjadi WP yang tidak patuh.

3. Berdasarkan model tersebut dapat diketahui bahwa perilaku kepatuhan Wajib Pajak bervariasi. Setiap tingkat kepatuhan tertentu dapat ditreatment dengan strategi kepatuhan tertentu. Piramida di atas membagi perilaku tingkat kepatuhan Wajib Pajak menjadi 4 tingkat dengan 4 jenis strategi kepatuhan yang dapat dilakukan oleh otoritas pajak. Secara lengkap tingkat kepatuhan disajikan dalam sebagai berikut:

a. *Willing To Do Right Things*

Tingkatan ini merupakan tingkatan paling ideal, ditandai dengan tingkat kesadaran sangat tinggi sehingga WP melaksanakan kewajiban perpajakan dengan baik. WP mengetahui dengan baik bagaimana menjalankan aktivitas bisnis sesuai dengan aturan yang berlaku sehingga terhindar dari tindakan yang bertentangan dengan ketentuan perpajakan. Strategi kepatuhan yang tepat dilakukan pada tingkat ini adalah dengan memberikan kemudahan dan pelayanan yang baik (*make it easy*). Peranan aktif *Account Representative* (AR) dalam memberikan penyuluhan dan informasi kepada WP akan memberikan rasa nyaman sehingga tingkat kesadaran WP akan meningkat dan tingkat kepatuhan menjadi tinggi.

b. *Try To But Do Not Always Succeed*

Tingkatan ini merupakan golongan WP yang mencoba memanfaatkan peluang untuk menghindari pajak walau tidak selalu berhasil. Hal ini dikarenakan adanya ketidakpahaman secara penuh atas aturan perpajakan yang berlaku sehingga WP cenderung memiliki pemahaman yang salah. Bila pemahaman WP salah, maka keputusan WP untuk menghindari pajak akan menimbulkan

pelanggaran aturan. Peraturan perpajakan merupakan ketentuan hukum yang jelas dan pasti, sehingga tidak memberikan peluang kepada siapapun untuk menafsirkan. Strategi kepatuhan dalam tingkatan ini adalah dengan memberikan sosialisasi mengenai pemahaman aturan perpajakan dan prosedur administrasi yang benar (*assist to comply*). Kemudian, strateginya adalah adanya kepercayaan bahwa WP memiliki itikad baik sehingga diharapkan memberikan sentimen positif bagi WP dan membatalkan niatnya untuk menghindari pajak, sehingga kepatuhan akan meningkat.

c. *Don't Want To Comply*

Tingkatan ini merupakan golongan WP yang tidak bersedia memenuhi aturan perpajakan yang berlaku meski sudah tahu dan selalu berusaha menghindari pajak dengan alasan atau motif yang berbeda-beda. Berikut ini motif-motif konvensional WP dalam menghindari pajak:

- 1) Adanya ketidakadilan yang dirasakan dari aturan pajak yang berlaku.
- 2) Prosedur administrasi pelaporan pajak yang dirasa berbelit-belit sehingga mendorong WP untuk tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya.
- 3) Kondisi finansial WP yang sedang menurun atau terpuruk, sehingga kewajiban pajak menjadi tidak terpenuhi.
- 4) Adanya perilaku curang sebagian WP sehingga menjadi preseden yang buruk dan mendorong WP patuh untuk melakukan hal yang sama. Strategi kepatuhan yang tepat untuk diterapkan dalam tingkatan ini adalah dengan melakukan upaya seperti mencari tahu fakta-fakta kebenaran alasan WP menjadi tidak patuh. Mencari data atau informasi terkait potensi

penyimpangan aturan pajak. Data atau informasi tersebut selanjutnya harus ditindaklanjuti dengan menerbitkan surat teguran kepada WP yang bersangkutan sebagai alat untuk meningkatkan kepatuhan WP.

d. Have Decided Not To Comply

Tingkatan ini merupakan golongan WP yang enggan mematuhi ketentuan perpajakan, dan tidak mau membayar pajak yang menjadi kewajibannya.

Mereka cenderung melakukan segala upaya untuk menghindari, menyelundupkan atau menggelapkan pajak. WP semacam ini perlu diberi hukuman yang bisa membuatnya menjadi jera, nabilantidak, penerimaan pajak negara dapat terganggu. Strategi kepatuhan yang tepat untuk diterapkan adalah penegakan hukum (*tax enforcement*). Bila ditemukan bukti permulaan indikasi adanya tindak pidana perpajakan, maka penegakan hukum yang terdiri dari pemeriksaan pajak hingga penyidikan pajak dapat dilaksanakan.

II.2.7 Financial Technology (Fintech)

Berdasarkan buku yang berjudul “*The Future of Fintech Integrating Finance and Technology in Financial Services*”. Nicolletti menjabarkan bahwa *fintech* berasal dari dua area yaitu layanan keuangan dan solusi teknologi. Perusahaan *Fintech* umumnya didirikan dengan tujuan untuk mengganggu (*disrupt*) sistem keuangan dan perusahaan yang tidak bergantung pada perangkat lunak (Nicoletti, 2017).

Berdasarkan artikel berjudul “*Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech*” yang telah melakukan penelitian dengan meninjau 200 artikel ilmiah yang merujuk pada istilah *fintech* dan mencakup periode lebih dari 40 tahun menggunakan analisis semantik disimpulkan bahwa definisi *Fintech* adalah

industri keuangan baru yang menerapkan teknologi untuk memperbaiki aktivitas keuangan (Schueffel, 2016). *Fintech* adalah fenomena perpaduan teknologi dengan fitur keuangan yang mengubah model bisnis dan melemahnya *barrier to entry*. Perubahan model bisnis artinya berbagai layanan keuangan dilakukan dalam konsep yang berbeda dari sebelumnya. Sedangkan *barrier to entry* melemah artinya muncul pelaku-pelaku *unregulated* yang dapat menjalankan layanan sebagaimana institusi *regulated* (Kemenkominfo, 2019).

Fintech dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah TekFin. TekFin merupakan perpaduan kata Teknologi dan Finansial. TekFin diartikan sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2016).

Belum ada yang dapat mendefinisikan *Fintech* secara tepat. Oleh karena itu, dalam penelitian ini telah dilakukan pembatasan definisi *Fintech* yang sesuai ruang lingkup penelitian ini. Definisi *Fintech* adalah perpaduan teknologi dan finansial yang membuat, merubah, meningkatkan, mengganggu, menciptakan kompetisi pada industri finansial pada sistem keuangan untuk melakukan transformasi yang menghasilkan solusi inovatif berupa produk, layanan, teknologi, proses, dan/atau model bisnis baru.

II.2.8 *Cashback* (Uang Kembali)

Pemasaran dalam jasa keuangan merupakan strategi khusus untuk mempromosikan dan menjual produk keuangan. Uang plastik (*plastic money*) dipasarkan menggunakan berbagai skema salah satunya melalui *cashback*. Buku berjudul *mendefinisikan cashback sebagai berikut*:

“Cashback is the most important tool used by financial institutions to promote plastic money. The cashback offer influences customer behaviour and tempts them to shop more. The percentage of cashback varies from bank to bank and is also governed by various policies of the bank which are often overlooked by the consumers.” Goel (2018:521.)

Berdasarkan kutipan tersebut *cashback* diartikan sebagai alat yang digunakan oleh lembaga keuangan untuk mempromosikan uang plastik. Promosi dalam bentuk *cashback* mempengaruhi perilaku pelanggan dan menggoda mereka untuk berbelanja lebih banyak. Persentase *cashback* bervariasi dari satu bank ke bank dan juga diatur oleh berbagai kebijakan bank yang sering diabaikan oleh konsumen.

Mengutip sebuah *artikel online* berjudul “Perlakuan Pajak Penghasilan Atas *Cashback Online Marketplace*” menjabarkan definisi *cashback* merupakan keuntungan yang diperoleh berupa pengembalian uang tunai atau uang *virtual* dalam jumlah tertentu karena konsumen menggunakan suatu produk pembayaran ketika melakukan transaksi pembelian barang di *online marketplace*. *Cashback* berlaku untuk seluruh konsumen tanpa diundi.

Cashback merupakan suatu bentuk promosi yang diberikan oleh banyak penyedia. Penyedia yang dimaksud adalah jasa keuangan (Bank), perusahaan *property*, *marketplace*, dan juga para *merchant* seperti supermarket. Dikutip dalam artikel Bukareview milik Bukalapak berikut jenis-jenis *cashback* :

1. *Cashback* Kartu Kredit

Salah satu jenis *cashback* yang sering diterbitkan adalah dari kartu kredit.

Cara kerja *cashback* kartu kredit adalah bank akan memberikan *cashback* jika nasabah bertransaksi dalam nominal tertentu menggunakan kartu kredit. Namun, berbeda bank berbeda pula keuntungan *cashback* yang ditawarkan, berdasarkan syarat dan ketentuan masing-masing bank. Bank memberikan *cashback* pada

konsumen bukan tanpa tujuan tertentu, sebenarnya bank memberikan *cashback* agar nasabah sering bertransaksi menggunakan kartu kredit.

2. *Cashback Property*

Banyak pengembang perumahan atau toko menjanjikan keuntungan *cashback* bagi siapa saja yang membeli rumah dan toko. Program ini cukup ampuh menjaring banyak konsumen sehingga banyak yang tertarik membeli rumah karena *cashback* ini. Akan tetapi, *cashback* yang dijanjikan pengembang perumahan biasanya tidak berupa uang tunai, melainkan produk rumah tangga seperti televisi, mesin cuci, lemari, dan peralatan rumah tangga lainnya.

3. *Cashback Struk Belanja*

Cashback berasal dari struk belanja barang kebutuhan, seperti sikat dan pasta gigi, sabun, *shampo*, bahan makanan, dan lainnya. Baru-baru ini bermunculan perusahaan yang membidangi bisnis unik ini untuk keuntungan konsumen.

4. *Cashback Toko Online (Marketplace)*

Toko online atau *marketplace* merupakan penyelenggara yang paling sering memberikan *cashback*. Biasanya jenis *cashback* akan diberikan ketika konsumen membeli minimal tiga produk, dengan syarat dan ketentuan berlaku. Sering juga toko *online* menciptakan dompet elektronik dan memberikan *cashback* kepada konsumen melalui dompet elektronik. Dengan begitu konsumen akan belanja lagi di toko *online* tersebut sebab dompet elektronik yang diciptakan oleh satu toko *online* tidak bisa digunakan pada toko *online* lain. Hal ini merupakan langkah toko *online* dalam menjaga perilaku konsumen.

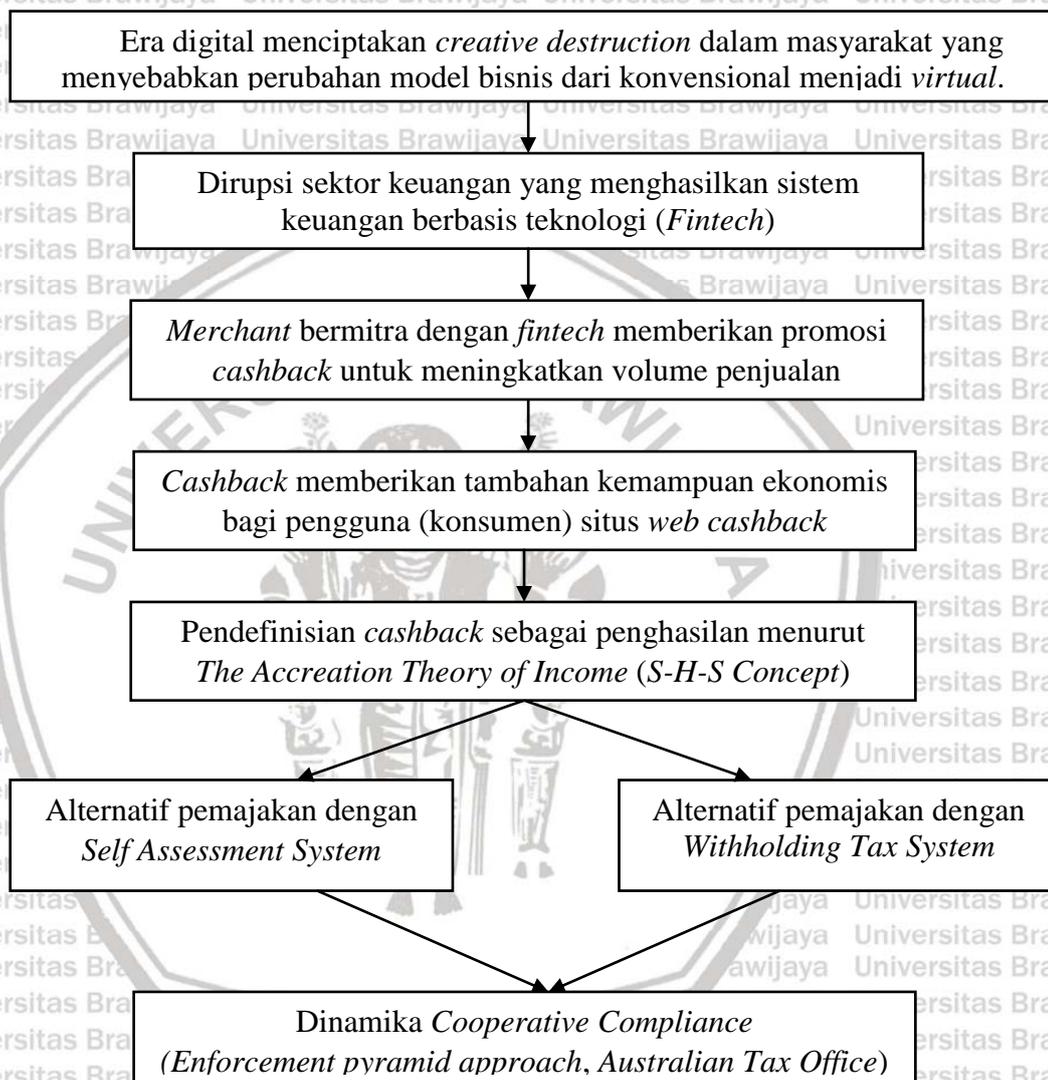
II.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting (Sakaran, 1992 dalam Sugiyono, 2011:60). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berawal dari perkembangan era digital yang disebabkan oleh kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan sehingga mendorong inovasi teknologi yang menciptakan *creative destruction*. *Creative destruction* ditandai dengan perubahan model bisnis dari konvensional menjadi *virtual*.

Disrupsi juga membawa pengaruh di sektor keuangan sehingga menciptakan suatu alternatif inovasi keuangan bernama *Financial Technology (Fintech)*. Di Indonesia banyak bermunculan *start-up* yang memberikan layanan berbasis digital (Hollandfintech, 2015). *Startup* tersebut bersaing dengan menawarkan berbagai promosi dan potongan harga dalam bentuk *cashback*. Adanya berbagai kelebihan *cashback* membuat banyak perusahaan bermitra dengan industri *fintech* dalam hal sistem pembayarannya. Tujuannya untuk memikat calon konsumen sehingga berdampak kepada peningkatan volume penjualan.

Cashback merupakan pengembalian dari penjual atas sebagian nominal transaksi, dimana pengembalian tersebut dapat dicairkan atau tidak dicairkan oleh pembeli. Apabila dicairkan, *cashback* menghasilkan tambahan kemampuan ekonomis yang dapat dikategorikan sebagai penghasilan kena pajak sesuai dengan *S-H-S Concept*. Apabila pemajakan atas *cashback* diterapkan, otoritas pajak Indonesia harus mampu melakukan *tax collection* dengan sistem pemajakan yang tepat berlandaskan paradigma baru kepatuhan pajak *cooperative compliance*. Berdasarkan permasalahan

tersebut dibutuhkan analisis mengenai pendefinisian *cashback* sebagai penghasilan kena pajak dan alternatif sistem pemajakan atas transaksi *cashback* yang mendorong peningkatan *cooperative compliance* di Indonesia.



Gambar 2.4 Kerangka Berfikir

Sumber: Gambar diolah Penulis, 202

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2012:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Fenomena tersebut dapat berupa perilaku, persepsi, motivasi, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan studi kasus (*case study*). Yusuf (2015:339), memaparkan penelitian studi kasus adalah suatu proses pengumpulan data dan informasi secara mendalam, mendetail, intensif, holistik, dan sistematis tentang orang, kejadian, *social setting* (latar sosial), atau kelompok dengan menggunakan berbagai metode dan teknik serta banyak sumber informasi untuk memahami secara efektif bagaimana orang, kejadian, latar alami (*social setting*) itu beroperasi atau berfungsi sesuai dengan konteksnya.

Jenis dan pendekatan penelitian tersebut dipilih sehubungan dengan tujuan penelitian untuk menggali informasi lebih dalam mengenai suatu fenomena yaitu transaksi *cashback*. Peneliti memilih metode kualitatif karena menginginkan hasil penelitian yang mendalam dan menyeluruh atas fenomena yang akan diteliti.

Analisis dilakukan terhadap pendefinisian transaksi *cashback* sebagai suatu objek yang dapat dikenakan pajak dan alternatif sistem pemajakan yang sesuai untuk

transaksi *cashback*. Sistem pemajakan yang dimaksud adalah sistem pemajakan *self assessment system* dan *withholding tax system* serta menganalisis sistem pemajakan manakah yang dapat mendorong terwujudnya *cooperative compliance* di Indonesia.

III.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan arah penelitian. Menurut Moleong (2012: 97), definisi fokus penelitian adalah segala hal yang menjadi pusat perhatian peneliti, untuk menemukan serta memilih data yang diperlukan dalam penelitian. Fokus penelitian perlu diterapkan untuk membatasi ruang lingkup studi, sehingga dengan adanya fokus penelitian, peneliti akan dapat mengetahui persis data apa yang diperlukan dan tidak diperlukan dalam penelitian. Berikut adalah penjabaran fokus penelitian ini:

1. Apakah transaksi *cashback* dapat dikategorikan sebagai Penghasilan Kena Pajak (PKP) berdasarkan *The Accretion Theory of Income*?
 - a. Pemahaman proses bisnis atas transaksi *cashback*.
 - b. *Cashback* sebagai penghasilan berdasarkan *The Accretion Theory of Income* (S-H-S Concept).
 - c. *Cashback* sebagai penghasilan berdasarkan pasal 4 ayat 1 Undang-undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh).
2. Apa alternatif sistem pemajakan yang sesuai diterapkan dalam transaksi *cashback* di Indonesia?

- a. *Self Assessment System* dalam pemajakan transaksi *cashback*.
 - b. *Withholding Tax System* dalam pemajakan transaksi *cashback*.
3. Bagaimana sistem pemajakan dapat mendorong terwujudnya *cooperative compliance* di Indonesia sesuai dengan model kepatuhan *Australian Tax Office* (ATO)?
- a. Pemahaman mengenai paradigma *cooperative compliance* dan penerapannya di Indonesia.
 - b. Alternatif sistem pemajakan atas transaksi *cashback* yang mendorong peningkatan *cooperative compliance* di Indonesia (Sesuai Model Kepatuhan Pajak ATO).

III.3 Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian

Terdapat beberapa lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam mengumpulkan data antara lain yaitu

1. Badan Kebijakan Fiskal yang beralamat di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo, No. 01, 10710, Pasar Baru, Sawah Besar, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Lokasi penelitian ini dipilih karena Badan Kebijakan Fiskal merupakan lembaga resmi pemerintah Indonesia yang bertugas menyelenggarakan perumusan, penetapan, dan pemberian rekomendasi kebijakan fiskal dan sektor keuangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (<https://fiskal.kemenkeu.go.id/profil/visi-misi-tugas> fungsi diakses pada tanggal 25 Juli 2020).

2. Direktorat Jendral Pajak Kantor Pusat yang beralamat di Jl. Gatot Subroto Kavling.40-42,RT.7/RW.1 Senayan, Kebayoran. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pemilihan lokasi ini dilatarbelakangi karena Direktorat Jendral Pajak memiliki tugas untuk merumuskan dan melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang perpajakan. Selain itu Direktorat Jendral Pajak juga menaungi beberapa unit salah satunya Direktorat Peraturan Perpajakan II yang bertugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang peraturan terkait pajak penghasilan, advokasi, pemberian bimbingan dan pelaksanaan advokasi, dan harmonisasi peraturan perpajakan (<https://www.pajak.go.id/id/tugas-dan-fungsi-0> diakses pada tanggal 25 Juli 2020). Hal tersebut sesuai dengan tujuan penelitian guna mengetahui alternatif sistem pemungutan pajak yang sesuai apabila pajak atas transaksi *cashback* diterapkan di Indonesia.
3. PT Bukalapak yang beralamat di Plaza City View, Lantai 2, Jl. Kemang Timur No. 22 Pejaten Barat, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 12510. Pemilihan lokasi ini dilatarbelakangi karena Bukalapak merupakan *platform e-commerce* yang memberikan penawaran promosi berupa *cashback* di Indonesia (<https://www.ziliun.com/sekilas-tentang-bukalapakcom-e-commerce-yang-mengerti-kebutuhan-orang-indonesia/> diakses pada tanggal 25 Juli 2020). Selain itu, Bukalapak memiliki lingkup kerjasama yang sangat besar dengan lebih dari 1 juta mitra, terdiri atas 300.000 toko *online* dan 700.000 agen individu.

III.4 Jenis Data

Jenis data adalah faktor penting yang menjadi pertimbangan di dalam menentukan metode pengumpulan data. Data-data tersebut akan menjadi sebuah acuan dalam penelitian. Data yang diperoleh berupa angka maupun fakta-fakta yang dapat mendukung suatu penelitian (Sugiono, 2011:223). Jenis data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

III.4.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung (Sugiono, 2011:225). Data ini diperoleh dari hasil wawancara dan masih harus diolah lebih lanjut. Data primer dalam penelitian ini yaitu berupa wawancara yang dilakukan peneliti kepada narasumber dari:

1. Analis Kebijakan pada Pusat Kebijakan Pendapatan Negara di Badan Kebijakan Fiskal. Pemilihan narasumber ini dengan pertimbangan peneliti ingin mengetahui pandangan dan tanggapan narasumber tersebut sebagai pihak yang merumuskan serta mengevaluasi usulan kebijakan pajak di bidang PPh mengenai alternatif pemajakan transaksi *cashback* yang belum diterapkan atau belum memiliki regulasi di Indonesia, yang didasarkan pada konsep penambahan (akresi) dalam pendefinisian *cashback* sebagai objek penghasilan serta sistem pemajakan yang sesuai untuk transaksi *cashback* apabila diterapkan di Indonesia.
2. Pelaksana Subdirektorat Pemotongan dan Pemungutan Pajak dan Subdirektorat PPh Badan pada Divisi Peraturan Perpajakan II di Direktorat Jenderal Pajak. Pemilihan narasumber ini dengan pertimbangan yang

bersangkutan merupakan pihak yang melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang peraturan terkait Pajak Penghasilan (PPh).

Penulis ingin mengetahui pandangan dan tanggapan narasumber sebagai pihak yang melakukan pengumpulan pajak mengenai pengenaan pajak atas transaksi *cashback* sesuai dan alternatif sistem pemungutan pajak yang sesuai apabila pajak atas transaksi *cashback* diterapkan di Indonesia.

3. Tax Analyst (Spesialisasi Withholding Tax) di Bukalapak. Pemilihan

narasumber ini dengan pertimbangan yang bersangkutan memiliki kewenangan mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan, pembayaran serta memastikan kepatuhan kewajiban pajak perusahaan. Selain itu, sesuai dengan tujuan penelitian, pemilihan narasumber ini juga untuk mengetahui tanggapan dari pihak tersebut sebagai pihak ketiga mengenai penerapan sistem pemajakan transaksi *cashback* apabila diterapkan di Indonesia.

4. Pengguna (*user*) platform Bukalapak yang pernah melakukan pencairan

cashback. Pemilihan narasumber ini dengan pertimbangan ingin mengetahui pemahaman dan tanggapan narasumber tersebut mengenai konsep penghasilan dan sistem pemajakan yang sesuai dari sudut pandang pengguna yang sudah pernah melakukan pencairan *cashback*.

5. Pengguna (*user*) platform Bukalapak yang belum pernah melakukan pencairan

cashback. Pemilihan narasumber ini dengan pertimbangan ingin mengetahui pemahaman dan tanggapan narasumber tersebut mengenai konsep penghasilan

dan sistem pemajakan yang sesuai dari sudut pandang pengguna yang belum pernah melakukan pencairan *cashback*.

III.4.2 Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya atau disebut juga dengan data tangan kedua. Data ini merupakan data pendukung bagi penelitian dan tidak perlu diolah lagi (Sugiono, 2011:225). Data sekunder dalam penelitian berupa:

1. Jurnal, buku, peraturan yang berkaitan dengan topik penelitian;
2. Situs web resmi Australian Tax Office (ATO) dan *platform* Bukalapak;
3. Proses bisnis atas transaksi *cashback*;
4. Proses bisnis dan struktur organisasi Bukalapak;
5. Skema pemberian *cashback* pada Bukalapak; dan
6. Standart Operasional Prosedur (SOP) Bukalapak dengan penjual.

III.5 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian merupakan faktor penting demi keberhasilan suatu penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya, dan apa alat yang digunakan (Sugiono, 2009:317). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

III.5.1 Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiono, 2009: 317). Melalui wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi

dan fenomena yang terjadi yang tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi (Sugiono, 2009: 318). Pada penelitian ini bentuk wawancara yang digunakan berupa wawancara semi terstruktur.

Herdiansyah (2015:66), menjelaskan bahwa wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang memberikan kebebasan pada peneliti untuk mengajukan pertanyaan sebeb-bebasnya dalam bertanya dan memiliki kebebasan dalam mengatur alur dan settingan wawancara dengan mengandalkan *guideline* wawancara sebagai pedoman penggalan data. Herdiansyah (2015:68), menambahkan bahwa tidak hanya peneliti yang diberikan kebebasan, subjek penelitian juga diberikan kebebasan dalam menjawab pertanyaan, namun fleksibilitasan tersebut tergantung situasi kondisi serta alur pembicaraan.

Pemilihan wawancara secara resmi terstruktur agar peneliti mendapat kejelasan sejas-jelasnya dari data yang dibutuhkan, kefleksibelan dalam wawancara dapat memberikan pengetahuan lain dan lebih luas dari pertanyaan yang sudah disusun dalam pedoman wawancara. Apabila selama proses pengumpulan dan pengolahan data peneliti merasa terdapat kekurangan informasi yang dikumpulkan pada saat wawancara secara langsung peneliti akan melakukan wawancara menggunakan media telepon (Sugiyono, 2011:317).

III.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terikat dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (Yusuf,

2014:391). Dokumentasi dapat berbentuk teks tertulis, *artefacts*, gambar, maupun foto. Dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis dan cerita.

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa proses bisnis dan struktur organisasi Bukalapak, skema pemberian *cashback* pada Bukalapak, Standart Operasional Prosedur (SOP) Bukalapak dengan penjual dan foto saat wawancara serta dokumen lain yang mendukung pendapat narasumber.

III.5.3 Studi Kepustakaan

Menurut Fraenkel & Wellen (1990) dan Marshall & Rossman (1989) sebagaimana dikutip oleh Creswell (1994:18), studi pustaka dalam suatu penelitian memiliki beberapa tujuan diantaranya yaitu, (1) Memberitahu pembaca tentang hubungan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian lain. (2) Menghubungkan suatu penelitian dengan dialog yang lebih luas serta berkelanjutan tentang suatu topik dalam pustaka, mengisi kekurangan serta memperluas penelitian yang telah ada sebelumnya. (3) Memberikan kerangka dalam menentukan signifikansi penelitian dan memberikan suatu acuan untuk membedakan penelitian. yang sedang dilakukan dengan penelitian sebelumnya.

Studi kepustakaan dilakukan oleh peneliti dengan membaca serta mempelajari berbagai literatur yang memiliki kaitan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan yaitu *fintech*, *cashback*, pendefinisian penghasilan dengan *S-H-S Concept*, sistem pemungutan pajak, kepatuhan kooperatif (*cooperative compliance*), dan model kepatuhan ATO. Hal tersebut dilakukan untuk membuat kerangka teori dalam menentukan arah serta tujuan penelitian. Selain itu, peneliti

juga mempelajari ketentuan-ketentuan yang ada baik domestik maupun internasional yang berkaitan dengan topik penelitian untuk mempelajari konteks permasalahan yang diteliti dalam tesis ini secara lebih. Berikut ini merupakan literatur yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.1: Literatur dalam Penelitian

No	Jenis Literatur	Judul dan Penulis
6.	Literatur buku	a. The Income Concept and The Income Tax Laws (Schanz, 1896); a. Konsep Penghasilan Aspek Ekonomi Dan Hukum (Haig, 1921); b. Perpajakan Penghasilan Pribadi: Definisi Penghasilan Sebagai Masalah Kebijakan Fiskal (Simons, 1938); c. Cooperative Compliance : A New Approach To Managing Taxpayer Relations In Amsterdam (Bronzewska, 2016); d. Managing and Improving Tax Compliance (OECD, 2004); e. Paradigma Baru Perpajakan Indonesia: Perspektif Ekonomi Politik (Harahap, 2004); dan f. Creative Destruction and Sharing Economy (Schneider, 1970).

2.	Jurnal Ilmiah	<ul style="list-style-type: none"> a. Taxing the Gig Economy. Thomas, 2017; b. Meningkatkan Kepatuhan dan Penerimaan Pajak Melalui Withholding Tax System. Darmayasa, 2016; c. Pengaruh Self assessment system Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Lasmaya (2017); dan d. Pengaruh Withholding tax System dan Self Assessment System Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Merliana (2016).
3.	Undang-undang dan Peraturan	<ul style="list-style-type: none"> a. Undang-Undang No. 35 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan; b. Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial; dan c. PER 11/PJ/ 2015 Tentang Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Hadiah Dan Penghargaan.
4.	Artikel <i>online</i> dan Situs web resmi	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Website</i> Australian Tax Office (ATO) yang diakses melalui www.ato.gov.com; dan b. <i>Website dan</i> Aplikasi Bukalapak yang diakses melalui www.bukalapak.com.

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2020

III.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan yang dilakukan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, sistematis sehingga lebih mudah diolah (Arikunyo, 2010:201). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

III.6.1 Peneliti Sendiri

Penelitian kualitatif menekankan bahwa peneliti sebagai instrumen kunci, artinya peneliti mengumpulkan sendiri data melalui dokumentasi, observasi perilaku, atau wawancara dengan para subjek (Creswell, 2012:261). Penelitian kualitatif membuat peneliti berperan penuh yaitu sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data, dan pada akhirnya menjadi pelapor hasil penelitiannya (Moleong, 2002:121). Keterlibatan peneliti yang berkelanjutan dan terus-menerus dengan pengalaman para subjek inilah yang diharapkan pada penelitian kualitatif.

Instrumen atau alat penelitian dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri sehingga peneliti harus divalidasi. Validasi terhadap peneliti meliputi pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian baik secara akademik maupun logiknya (Sugiono, 2009:305). Peneliti kualitatif sebagai *humanninstrumen* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiono, 2009:306).

III.6.2 Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan sebagai pedoman atau panduan dalam melakukan kegiatan tanya jawab memuat daftar pertanyaan mengenai masalah penelitian yang akan diteliti. Adanya pedoman wawancara agar pertanyaan wawancara yang nanti akan lahir dalam pedoman wawancara tetap mengacu pada tujuan penelitian (Herdiansyah, 2015:80). Wawancara dilakukan terhadap narasumber atau informan yang bisa dijadikan sebagai landasan dalam melakukan

penelitian dan dapat menjawab permasalahan yang sesuai dengan judul penelitian, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang baik.

III.6.3 Catatan Lapangan

Menurut Mandolang (2007), catatan lapangan adalah tulang punggung riset aksi etnografis (*ethnographic action research*). Catatan lapangan adalah catatan yang dibuat peneliti dalam sebuah penelitian etnografi dari lapangan. Catatan tersebut dapat bersifat deskriptif (sesuai yang teramati) atau reflektif (mengandung penafsiran peneliti). Pencatatan dimulai saat peneliti memasuki lapangan, berkenalan, dan melakukan wawancara dengan orang-orang, mengamati suatu peristiwa atau keadaan, melihat dan atau membaca dokumen-dokumen, sehingga data atau informasi yang ditemukan tidak hilang dari ingatan. Catatan yang dibuat oleh peneliti saat mengadakan pengamatan, wawancara maupun saat menyaksikan kejadian-kejadian tertentu yang berkaitan dengan alternatif sistem pemajakan atas transaksi *cashback*. Catatan lapangan dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dan catatan di dalam buku penunjang penelitian yang ditemukan selama melakukan penelitian.

III.6.4 Alat rekam

Perekaman dilakukan untuk menyimpan data karena data pada penelitian ini berupa data visual dan audio visual sebagai data yang nantinya akan dijadikan landasan penelitian. Perekaman dilakukan ketika informan memberikan informasi.

Perekaman berupa rekaman audio visual. Perekaman tersebut dilakukan untuk mengambil data asli penuturan langsung dari penutur, selain itu juga sebagai dokumentasi data (Sugiono, 2011:332).

III.7 Metode Analisis

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, buku, catatan lapangan dan dokumentasi. Nasution dalam Sugiyono (2011:336), menyatakan bahwa analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus menerus sampai penulisan hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data menurut Miles dan Huberman model interaktif.

Model Interaktif menurut Miles dan Huberman dipilih karena mampu menjawab permasalahan penelitian kualitatif. Hal ini didasarkan pada tahapan-tahapan penelitian yang tersusun secara sistematis dan runtut, alamiah (tanpa memanipulasi data), logis, aktual dan dapat dipertanggungjawabkan. Di samping itu, kesimpulan yang diambil pada penelitian kualitatif menggunakan analisis data model interaktif Miles dan Huberman dapat dipertanggungjawabkan karena telah melalui tahapan verifikasi data, berikut adalah komponen analisis datanya:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data merupakan sebagian dari penangkapan data yang dikumpulkan untuk dipilih. Data tersebut berguna sebagai bahan analisis data.

Pada saat melakukan pengumpulan data, peneliti harus terjun langsung ke lapangan tanpa diwakilkan oleh siapapun. Peneliti melakukan pengumpulan data berupa hasil wawancara dan dokumentasi.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

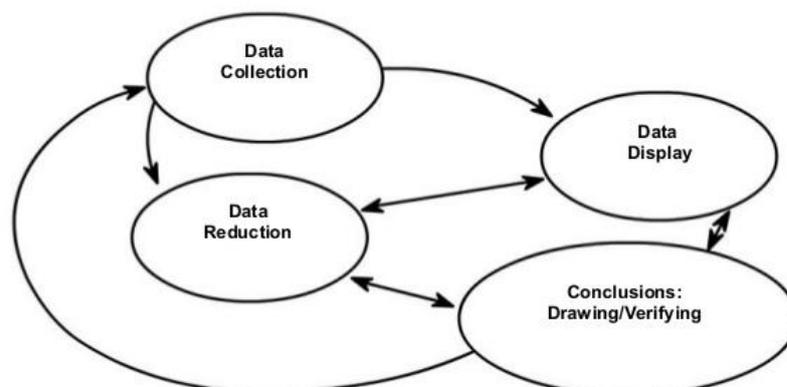
Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencairnya bila diperlukan.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang disusun dengan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Peneliti menyajikan data yang telah terkumpul dan tersusun dalam sebuah tulisan yang nantinya bisa untuk ditarik kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti menyajikan data yang telah didapatkan sebelumnya lalu kemudian menganalisis data yang ada dengan teori yang peneliti gunakan dalam penelitian.

4. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi Data (*Conclusion Drawing/Verifying*)

Membuat kesimpulan sementara yang merupakan kegiatan interpretasi sebelum dihasilkan suatu temuan. Kesimpulan akhir mungkin akan terlihat sampai pada pengumpulan data ini benar-benar selesai, sesuai dengan catatan dari lapangan, penyimpanan data, metode-metode, serta kecanggihan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Ditahap ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan data-data yang diperoleh dan telah dianalisa.



Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman
Sumber: Miles dan Huberman (1984)

III.8 Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu triangulasi. Sugiyono (2012:241), menyatakan dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

III.8.1 Triangulasi Sumber

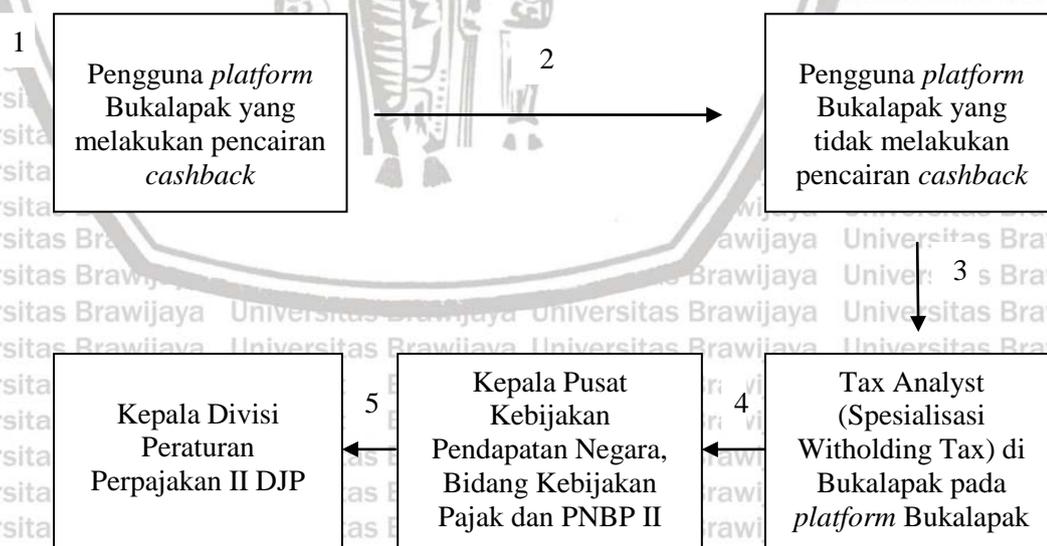
Menurut Sugiyono (2013:330), triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Pengecekan sumber yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara wawancara kepada kelima narasumber yang berbeda yakni dengan Analisis Pusat Kebijakan

Pendapatan Negara, Bidang Kebijakan Pajak dan PNPB II dari Badan Kebijakan Fiskal yang memiliki tugas dalam perumusan Undang-Undang Perpajakan, pelaksana subdirektorat Pemotongan dan Pemungutan Pajak dan subdirektorat PPh Badan pada Divisi Peraturan Perpajakan II dari Direktorat Jenderal Pajak yang bertugas sebagai pelaksana kebijakan, Tax Analyst (Spesialisasi Withholding Tax) di Bukalapak sebagai perwakilan dari perusahaan pemberi *cashback* yang bekerja sama dengan lebih dari 1 juta *seller*, pengguna (*user*) *platform* Bukalapak yang pernah melakukan pencairan *cashback* dan yang belum pernah melakukan pencairan *cashback*. Data dari kelima narasumber tersebut kemudian dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama dan mana yang berbeda, kemudian dianalisis, lalu menyimpulkan mana pandangan spesifik dari kelima narasumber atau sumber tersebut.

Pada tahap pertama peneliti melakukan wawancara dengan pengguna (*user*) *platform* Bukalapak yang pernah melakukan pencairan *cashback*. Tahap kedua wawancara dilakukan dengan pengguna (*user*) *platform* Bukalapak yang belum pernah melakukan pencairan *cashback*. Pada tahap kedua ini peneliti tidak hanya melontarkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah tertera di pedoman wawancara namun juga bertanya mengenai tanggapan pengguna tersebut mengenai jawaban dari pengguna lain yang pernah melakukan pencairan *cashback*, tujuannya agar tercipta keabsahan dalam penelitian. Pada tahap ketiga wawancara dilakukan dengan Tax Analyst (Spesialisasi Withholding Tax) di Bukalapak, sama halnya dengan apa yang dilakukan pada tahap ke dua, selain memberikan pertanyaan mengenai sudut pandang narasumber dari perwakilan *platform* Bukalapak.

Peneliti juga memberikan pertanyaan mengenai tanggapan perwakilan *platform* Bukalapak mengenai jawaban dari pengguna yang pernah melakukan pencairan *cashback* dan belum pernah melakukan pencairan *cashback*.

Tahap selanjutnya atau tahap ke empat, yaitu melakukan wawancara dengan pihak Badan Kebijakan Fiskal (BKF). Peneliti kembali melakukan keabsahan data dengan memberikan pertanyaan mengenai tanggapan pihak BKF mengenai jawaban dari pengguna dan Tax Analyst (Spesialisasi Withholding Tax) di Bukalapak. Tahap ke lima, wawancara dilakukan dengan Direktorat Jendral Pajak (DJP) pada divisi Peraturan Perpajakan II, selain memberikan pertanyaan mengenai sudut pandang narasumber dari DJP. Peneliti juga memberikan pertanyaan-pertanyaan terkait tanggapan pihak DJP mengenai jawaban dari narasumber-narasumber sebelumnya. Berdasarkan penjelasan diatas maka triangulasi sumber yang digunakan peneliti dapat digambarkan sebagai berikut:



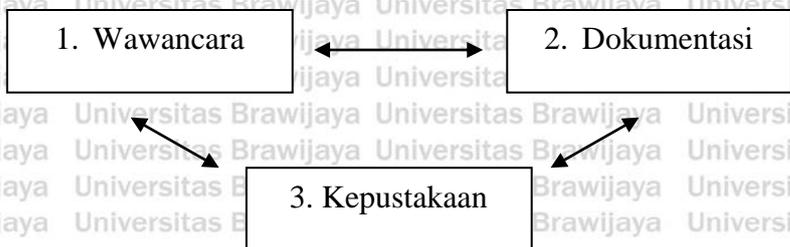
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber

Sumber: Data diolah Penulis, 2020

III.8.2 Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah penggunaan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Selanjutnya Mathinson (1988), mengemukakan bahwa *the value of triangulation lies in providing evidence whether convergent, inconsistent, or contradictory*. Nilai dari teknik pengumpulan data triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh *convergent* (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Oleh karena itu, dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti.

Triangulasi teknik yang digunakan oleh peneliti dengan melakukan wawancara kepada narasumber yang telah dipilih oleh peneliti, pada tahap ini peneliti tidak hanya melontarkan pertanyaan-pertanyaan melainkan juga mengkonfirmasi konsep penghasilan menurut *The Accretion Theory of Income* dalam perumusan *cashback* sebagai objek pajak penghasilan dan model kepatuhan pajak *Australian Tax Office (ATO)* dalam alternatif sistem pemajakan transaksi *cashback* untuk mewujudkan paradigma *cooperative compliance* di Indonesia. Selanjutnya, peneliti melakukan dokumentasi terhadap bukti-bukti dilapangan yang dapat mendukung identifikasi mengenai pendefinisian transaksi *cashback* sebagai objek pajak penghasilan dan alternatif sistem pemajakan atas transaksi *cashback*. Lalu, peneliti kembali melakukan keabsahan data dengan melakukan studi kepustakaan yang bertujuan untuk membandingkan hasil wawancara dan dokumentasi dengan teori-teori yang relevan dan mendukung penelitian ini seperti Undang-undang Perpajakan, Peraturan Menteri Keuangan (PMK), dan teori-teori yang berasal dari buku dan jurnal ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Berdasarkan penjelasan diatas maka triangulasi teknik yang digunakan peneliti dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.3 Triangulasi Teknik
Sumber : Data diolah Penulis, 2020



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

IV.1.1 Badan Kebijakan Fiskal

1. Sejarah Pembentukan Badan Kebijakan Fiskal

Badan Kebijakan Fiskal (BKF) merupakan unit setingkat eselon I di bawah Kementerian Keuangan Republik Indonesia yang memiliki peran strategis sebagai perumus kebijakan fiskal dan sektor keuangan, dengan lingkup tugas meliputi ekonomi makro, pendapatan negara, belanja negara, pembiayaan, sektor keuangan dan kerja sama internasional. Cikal bakal berdirinya BKF tidak bisa lepas dari penyusunan Nota Keuangan dan RAPBN di awal orde baru, yaitu Repelita I tahun anggaran 1969/1970 oleh Staf Pribadi Menteri Keuangan, yang selanjutnya sejak tahun 1975 dilakukan oleh Biro Perencanaan dan Penelitian, Sekretariat Jenderal Departemen Keuangan. Sebagai upaya mendukung perkembangan pembangunan yang semakin pesat, pada tahun 1985 dibentuk suatu unit organisasi setingkat eselon II yang khusus menangani penyusunan Nota Keuangan dan RAPBN, yaitu Pusat Penyusunan dan Analisa Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (PPA-APBN), yang bertanggungjawab langsung kepada Menteri Keuangan.

Sesuai dengan perkembangan zaman, maka dirasakan penyusunan Nota Keuangan dan RAPBN sangat erat kaitannya dengan perkembangan keuangan negara dan dengan perkreditan dan neraca pembayaran. Oleh karena itu, pada tahun 1987 dibentuklah unit setingkat eselon I, yaitu Badan Analisa Keuangan Negara, Perkreditan dan Neraca Pembayaran (BAKNP&NP). Unit ini

melaksanakan tugas dan fungsi yang merupakan penggabungan tugas dan fungsi PPA-APBN dengan sebagian tugas dan fungsi Direktorat Jenderal Moneter Luar Negeri dan Direktorat Pembinaan Kekayaan Negara, Direktorat Jenderal Moneter Dalam Negeri.

Tepat pada tahun 1993, BAKNP&NP lebih dikembangkan dengan menambahkan fungsi penelitian dan pengembangan, dan namanya berubah menjadi Badan Analisa Keuangan dan Moneter (BAKM), yang terdiri dari lima unit eselon II, yaitu Biro Analisa Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, Biro Analisa Moneter, Biro Analisa Keuangan Daerah, dan Biro Pengkajian Ekonomi dan Keuangan, serta Sekretariat Badan. Seiring dengan berjalannya waktu, BAKM mengalami penajaman dan pergeseran fungsi. Perubahan nama terjadi pada tahun 2001 menjadi Badan Analisa Fiskal (BAF). Penataan organisasi ini memisahkan Biro Analisa Keuangan Daerah dan mengembangkan Pusat Analisa APBN, menjadi dua Pusat, yaitu Pusat Analisa Pendapatan Negara dan Pembiayaan Anggaran dan Pusat Analisa Belanja Negara.

Sehubungan dengan kondisi yang cepat berubah, serta dalam rangka meningkatkan kinerja dan efisiensi, maka pada tahun 2004 dilakukan penataan organisasi di lingkungan Departemen Keuangan. Badan Pengkajian Ekonomi, Keuangan, dan Kerjasama Internasional (BAPEKKI) dibentuk dengan menggabungkan beberapa unit eselon II yang berasal dari Badan Analisa Fiskal (BAF) dan Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan dan Pendapatan Daerah (Dirjen PKPD) serta Biro Kerjasama Luar Negeri dari Sekretariat Jenderal Departemen Keuangan. BAPEKKI terdiri dari enam unit eselon 2, yaitu Pusat

Pengkajian Ekonomi dan Keuangan (Puspeku), Pusat Pengkajian Perkajian Perpajakan, Kepabeanan dan Penerimaan Negara Bukan Pajak (Puspakep), Pusat Pengkajian Ekonomi dan Keuangan Daerah (Puspekda), Pusat Evaluasi Pajak dan Retribusi Daerah (Puseparda), Pusat Kerjasama Internasional (Puskerin), serta Sekretariat Badan.

BAPEKKI berubah menjadi Badan Kebijakan Fiskal (BKF) pada tahun 2006 dengan tugas utama menjadi unit perumus rekomendasi kebijakan dengan berbasis analisis dan kajian atau lebih dikenal dengan *research based policy*. BKF memiliki enam unit eselon 2, yaitu Pusat Kebijakan Pendapatan Negara, Pusat Kebijakan Belanja Negara, Pusat Kebijakan Ekonomi dan Keuangan, Pusat Pengelolaan Risiko Fiskal, Pusat Kerjasama Internasional serta Sekretariat Badan. BKF melakukan sedikit penyesuaian tugas dan fungsi pada tahun 2008, sehingga struktur organisasi di lingkungan BKF menjadi Pusat Kebijakan Pendapatan Negara, Pusat Kebijakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara, Pusat Kebijakan Ekonomi Makro, Pusat Pengelolaan Risiko Fiskal, Pusat Kebijakan Kerja Sama Internasional, dan Sekretariat Badan Kebijakan Fiskal.

Selanjutnya, pada tahun 2009 dilakukan kembali penyesuaian tugas dan fungsi BKF. Perubahan utama adalah memecah Pusat Kerja Sama Internasional menjadi dua unit eselon II dengan pertimbangan beban kerja yang semakin tinggi dan penambahan fungsi terkait kebijakan pembiayaan perubahan iklim. Pusat Kerja Sama Internasional dipecah menjadi Pusat Kebijakan Pembiayaan Perubahan Iklim dan Multilateral dan Pusat Kebijakan Regional dan Bilateral. Sejalan dengan perkembangan perekonomian yang sangat dinamis, BKF kembali

melakukan evaluasi organisasi dengan pertimbangan peningkatan beban kerja dan adanya tambahan fungsi-fungsi yang harus dilaksanakan. Berdirinya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan dihapuskannya Bapepam LK menjadi landasan utama BKF harus melakukan perubahan. Sejak 2015 fungsi perumusan kebijakan sektor keuangan yang sebelumnya dilakukan oleh Bapepam LK diamanatkan untuk dilaksanakan oleh BKF, di bawah Pusat Kebijakan Sektor Keuangan.

2. Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Badan Kebijakan Fiskal

Sumber: fiskal.kemenkeu.go.id

Deskripsi tugas masing-masing unit:

1. Pusat Kebijakan Pendapatan Negara (PKPN)

Mempunyai tugas merumuskan rekomendasi, analisis, dan evaluasi kebijakan di bidang pendapatan negara.

2. Pusat Kebijakan Anggaran dan Belanja Negara (PKAPBN)

Mempunyai tugas merumuskan kebijakan APBN dalam rangka penyusunan Nota Keuangan dan RAPBN serta analisis, perumusan rekomendasi dan evaluasi kebijakan APBN.

3. Pusat Kebijakan Ekonomi Makro (PKEM)

Mempunyai tugas melaksanakan pemantauan dini perkembangan ekonomi makro, analisis kebijakan dan perumusan rekomendasi kebijakan ekonomi makro.

4. Pusat Pengelolaan Risiko Fiskal (PPRF)

Mempunyai tugas melaksanakan analisis, perumusan rekomendasi, dan evaluasi pengelolaan risiko ekonomi, keuangan, sosial, BUMN, dan dukungan pemerintah.

5. Pusat Kebijakan Pembiayaan Perubahan Iklim dan Multilateral (PKPPIM)

Mempunyai tugas melaksanakan perumusan kebijakan, analisis, evaluasi, pengkajian, koordinasi, kerja sama, pemantauan pendanaan dan pembiayaan perubahan iklim, dan kerja sama ekonomi dan keuangan G20 dan forum multilateral lainnya, serta penyertaan modal Pemerintah Indonesia pada organisasi-organisasi internasional.

6. Pusat Kebijakan Regional dan Bilateral (PKRB)

Mempunyai tugas melaksanakan perumusan rekomendasi kebijakan, analisis, evaluasi, koordinasi, pelaksanaan, dan pemantauan kerja sama Association of South Asian Nations (ASEAN), Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC), forum-forum regional, bilateral, dan kerja sama teknik luar negeri.

7. Sekretariat Badan Kebijakan Fiskal

Mempunyai tugas melaksanakan koordinasi pelaksanaan tugas serta pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kepada semua unsur di lingkungan Badan.

IV.1.2 Kantor Pusat Direktorat Jendral Pajak

Tugas DJP sesuai dengan amanat Peraturan Menteri No. 234/PMK.01/2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan adalah menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pajak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Dalam mengemban tugas tersebut, DJP menyelenggarakan fungsi:

- 1) Perumusan kebijakan di bidang perpajakan;
- 2) Pelaksanaan kebijakan di bidang perpajakan;
- 3) Penyusunan norma, standar, teknis dan evaluasi di bidang perpajakan;
- 4) Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang perpajakan;
- 5) Pelaksanaan pemantauan, evaluasi dan pelaporan di bidang perpajakan;
- 6) Pelaksanaan administrasi Direktorat Jendral Pajak; dan
- 7) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri Keuangan

Organisasi DJP terbagi atas unit kantor pusat dan unit kantor operasional.

Kantor Pusat terdiri atas Sekretariat Direktorat Jendral, direktorat dan jabatan tenaga pengkaji. Unit kantor operasional terdiri atas Kantor Wilayah DJP (Kanwil DJP), Kantor Pelayanan Pajak (KPP), Kantor Pelayanan, Penyuluhan, dan Konsultais Perpajakan (KP2KP), Pusat Pengolahan Data dan Dokumen Perpajakan (KPDDDP).

Organisasi DJP, dengan jumlah kantor operasional lebih dari 500 unit dan jumlah pegawai lebih dari 32.000 orang yang tersebar di seluruh penjuru

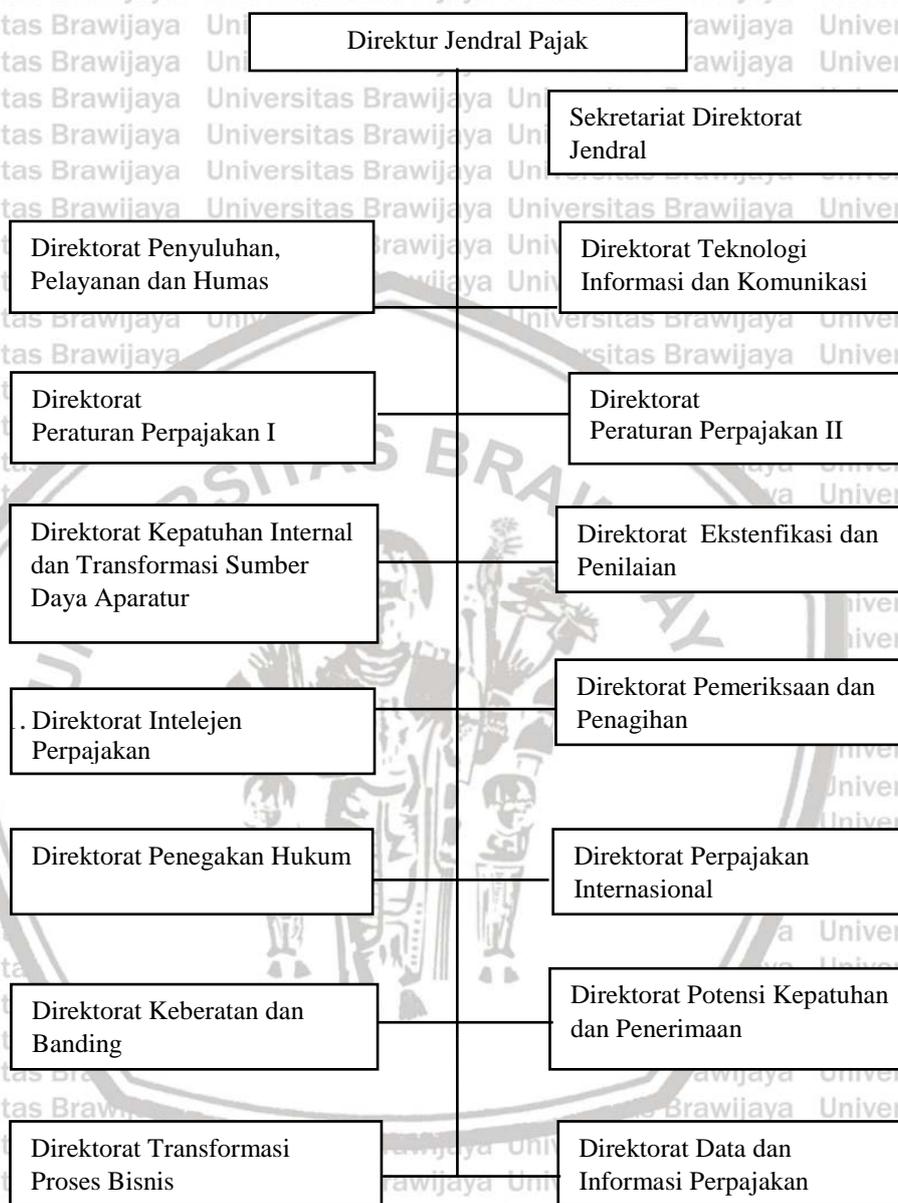
nusantara, merupakan salah satu organisasi besar yang ada dalam lingkungan Kementerian Keuangan. Segenap sumber daya yang ada tersebut diberdayakan untuk melaksanakan pengamanan penerimaan pajak yang beban setiap tahunnya semakin berat. Tugas unit Kanwil DJP adalah melaksanakan koordinasi, bimbingan, pengadilan, analisis, dan evaluasi atas pelaksanaan tugas KOO, serta penjabaran kebijakan dai kantor pusat. Unit ini dapat dibedakan atas:

1. Kanwil DJP Wajib Pajak Besar dan Kanwil DJP Jakarta Khususnya yang berlokasi di Jakarta; dan
2. Kanwil DJP selain Kanwil DJP Wajib Pajak Bear dan Kanwil DJO Jakarta Khusus yang lokasinya tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Jumlah Kanwil DJ sebanyak 33 unit.

Unit KPP mempunyai tugas melaksanakan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan kepada Wajib Pajak. unit ini dapat dibedakan berdasarkan segmentasi Wajib Pajak yang diadministrasikan, yaitu:

1. KPP Wajib Pajak Besar, khusus mengadministrasi Wajib Pajak besar nasional;
2. KPP Madya, khusus mengadministrasi Wajib Pajak besar regional dan Wajib Pajak besar khusus yang meliputi badan dan orang asing, penanaman modal asing, serta perusahaan masuk bursa; dan
3. KPP Pratama, menangani Wajib Pajak lokasi.

1. Struktur Organisasi



Gambar 4 2 Struktur Organisasi Direktorat Jendral Pajak Pusat

Sumber: Data diolah Penulis, 2020

Deskripsi tugas masing-masing bidang:

1. Sekretariat Direktorat Jendral

Mempunyai tugas melaksanakan koordinasi pelaksanaan tugas serta pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kepada semua unsur di lingkungan direktorat jendral.

2. Direktorat Penyuluhan, Pelayanan dan Humas

Mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang penyuluhan, pelayanan, dan hubungan masyarakat.

3. Direktorat Teknologi Informasi dan Komunikasi

Mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang teknologi informasi perpajakan

4. Direktorat Kepatuhan Internal dan Transformasi Sumber Daya Aparatur

Mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang kepatuhan internal dan transformasi sumber daya aparatur.

5. Direktorat Peraturan Perpajakan I

Merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang peraturan Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Penagihan Pajak dengan Surat Paksa, Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, serta Pajak Tidak Langsung Lainnya, dan Pajak Bumi dan Bangunan dan Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

6. Direktorat Peraturan Perpajakan II

Mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang peraturan Pajak Penghasilan, perjanjian dan

kerja sama perpajakan internasional, bantuan hukum, pemberian bimbingan dan pelaksanaan bantuan hukum, dan harmonisasi peraturan perpajakan.

7. Direktorat Pemeriksaan dan Penagihan

Mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dibidang pemeriksaan dan penagihan perpajakan;

8. Direktorat Potensi, Kepatuhan & Penerimaan

Merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang potensi, kepatuhan, dan penerimaan.

9. Direktorat Intelejen Perpajakan

Mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang intelijen dan penyidikan perpajakan.

10. Direktorat Ekstensifikasi dan Penilaian

Mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang ekstensifikasi dan penilaian perpajakan.

11. Direktorat Keberatan dan Banding

Mempunyai tugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang keberatan dan banding.

12. Direktorat Penegakan Hukum

Merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang penegakan hukum perpajakan.

13. Direktorat Perpajakan Internasional

Merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang perpajakan internasional.

14. Direktorat Data dan Informasi Perpajakan

Merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang data dan informasi perpajakan.

15. Direktorat Transformasi Proses Bisnis

Merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang transformasi proses bisnis.

IV.1.3 PT Bukalapak

1. Sejarah Bukalapak

Bukalapak adalah salah satu online marketplace terkemuka di Indonesia, yang dimiliki, dan dijalankan oleh PT. Bukalapak, Seperti halnya situs layanan jual - beli daring (online) dengan model bisnis *customer-to-customer* (C2C),

Bukalapak menyediakan sarana penjualan dari konsumen-ke-konsumen di mana pun. Siapa pun bisa membuka toko daring untuk kemudian melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia baik satuan ataupun dalam jumlah banyak.

Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk, baik baru maupun bekas, seperti sepeda, ponsel, perlengkapan bayi, gawai (*gadget*), aksesoris gawai, komputer, sabuk (*tablet*), perlengkapan rumah tangga, busana, elektronik, dan lain-lain.

Bukalapak didirikan oleh Achmad Zaky pada awal tahun 2010 sebagai divisi agensi digital bernama Suitmedia yang berbasis di Jakarta. Namun, Bukalapak baru berstatus sebagai sebuah Perseroan Terbatas (PT) pada September 2011 dan dikelola oleh manajemen yang dipimpin oleh Achmad Zaky sebagai CEO (*Chief Executive Office*) dan Nugroho Herucahyono sebagai CTO (*Chief Technology Officer*). (*website*: <https://en.wikipedia.org/wiki/Bukalapak>).

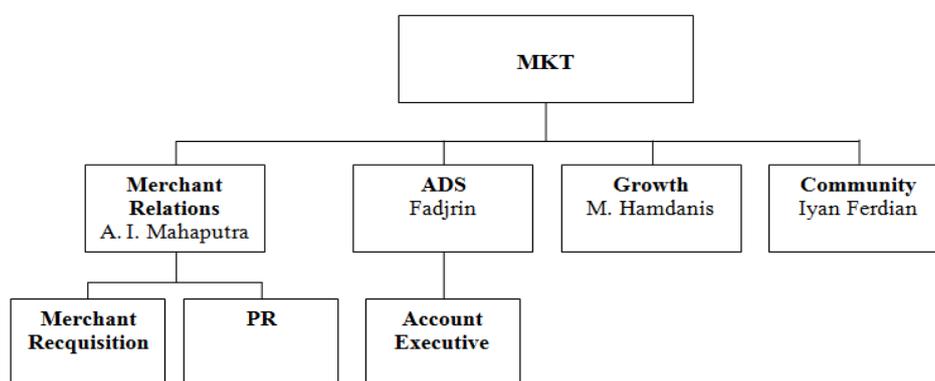
Setelah berdiri kurang lebih setahun, Bukalapak mendapat penambahan modal dari Batavia Incubator (perusahaan gabungan dari Rebright Partners yang dipimpin oleh Takeshi Ebihara, Japanese Incubator dan Corfina Group).



Gambar 4.3 Logo Perusahaan Bukalapak

Sumber: <https://www.bukalapak.com/brand-identity>

2. Struktur Organisasi



Gambar 4.4 Struktur Organisasi Bukalapak

Sumber : PT Bukalapak, 2020

Deskripsi tugas masing-masing bidang:

Adapun tugas dan wewenang dari setiap bagian dari struktur organisasi Bukalapak

adalah sebagai berikut:

1. *Marketing Division*

Divisi *Marketing* bertugas untuk membuat Bukalapak.com semakin laku di pasaran bisa dilihat dari sisi pertumbuhan penjual, pembeli, citra dan komunitas yang terbentuk, Divisi *Marketing* menjadi 4 subdivisi yaitu:

e. *Merchant Relations*

f. *ADS*

g. *Growth*

h. *Community*

2. *Merchant Relations*

Subdivisi *Merchant Relations* memiliki tugas untuk membangun relasi antar *seller*.

Dimulai dari *top seller*, sampai ke *seller* yang baru. Selain itu adanya

subdivisi *public relations* di sini membuat divisi ini pun bertanggung jawab

kepada relasi dengan publik. Pada *Merchant Relations* terbagi menjadi 2

subdivisi:

a. *Merchant Acquisition*

Merchant Acquisition bertugas untuk membangun relasi kepada *Top Seller*

maupun calon *seller* yang akan dipersuasi untuk join berjualan di Bukalapak

maupun dengan menggunakan agen untuk memperkaya barang yang ada di

Bukalapak.com.

b. Public Relations

Public Relations bertugas untuk membangun relasi dengan media untuk publisitas positif. Mengelola social media (facebook dan twitter) dan juga pengelolaan newsletter serta memantau pemberitaan baik positif dan negatif perusahaan.

c. ADS

Subdivisi ADS memiliki tugas untuk memastikan ADS apa yang efektif untuk Bukalapak dan mengimplementasikannya. Seperti memasang ADS di google.

d. Growth

Subdivisi Growth bertugas untuk membangun dan mempertahankan growth Bukalapak yang dipantau melalui google analytics. Growth di sini dimaksudkan dengan kunjungan ke dalam situs Bukalapak.com. Ada 4 yang dilihat dalam pertumbuhan growth Bukalapak.com itu sendiri. Pertama dilihat dari SEO (organik dari google search), Direct Link (langsung ke situs), Social Media, dan SEM.

e. Community

Subdivisi Community memiliki jobdesk untuk:

- 1) menjalin relasi dengan komunitas-komunitas *seller* dari segala region di Indonesia.
- 2) Memantau perkembangan komunitas *seller*
- 3) Melakukan kunjungan-kunjungan ke institusi pendidikan untuk melakukan *branding* Bukalapak itu sendiri.

IV.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

IV.2.1 Transaksi *cashback* dapat dikategorikan sebagai Penghasilan Kena

Pajak (PKP) berdasarkan *The Accretion Theory Of Income*

a. Pemahaman proses bisnis atas transaksi *cashback*

Memasuki era ekonomi modern, banyak hal yang dapat dengan mudah dimiliki, kecerdasan marketing yang membuat pengusaha saling berlomba agar dapat memikat konsumen terhadap produk yang mereka miliki. Salah satu cara yang mereka lakukan adalah dengan cara memberikan sebuah inovasi dalam bidang promosi. Saat ini promosi berupa *cashback* cukup berkembang di masyarakat sebagai bentuk promosi atas transaksi pembelian. Faktor pendorong perkembangan tersebut disebabkan karena konsumen dapat menghemat pengeluaran, saldo *cashback* dapat digunakan kembali untuk membeli produk lebih banyak, serta keputusan dalam bertransaksi menjadi lebih cepat. Kemudahan-kemudahan yang telah dijelaskan sebelumnya menggambarkan bagaimana kehebatan industri penyedia *cashback* dalam mengelola bisnis dan teknologi finansial. Perkembangan yang masif dan cepat pada bisnis ini menjadikan proses bisnis merupakan hal yang paling penting untuk dipahami sebagai salah satu cara untuk menerapkan sistem perpajakannya.

Terdapat beberapa pandangan terkait proses transaksi *cashback* baik dari *platform e-commerce*, konsumen (*user*) yang melakukan pencairan dan tidak melakukan pencairan *cashback*, maupun instansi pemerintah yang terdiri dari Badan Kebijakan Fiskal dan Direktorat Jendral Pajak. FA selaku Analis Kebijakan Pajak pada Pusat Kebijakan Pendapatan Negara dalam memandang

proses bisnis dari transaksi *cashback* mengemukakan berdasarkan kacamata pemerintah yang bertugas sebagai pelaksana kebijakan pajak bahwa,

“Kalau dari saya sih itu kan sebenarnya kebijakan bisnis ya, kalau dari pemerintah khususnya pajak kita sih lebih nanti mikirnya itu masuk ke klasifikasi seperti apa, apakah itu akan masuk sebagai penghasilan atau enggak. Terus gimana sih cara yang paling efektif untuk memajaki dengan mempertimbangkan sistem perpajakan kita. Kalau umpamanya ini baik untuk bisnis dan bisa dibilang menghasilkan pertumbuhan ekonomi saya pikir sih bagus bagus aja sih. Tapi itu dia dari sisi pemerintah perlu ngeliat ini gimana cara mengaturnya, apakah ini masuk transaksi seperti apa, kalau kita masukin yang berhubungan dengan pajak bagaimana cara memajakinya, kalau bicara proses bisnisnya sendiri menurutku mulanya itu waktu konsumen belanja di *e-wallet* atau *e-commerce* yang kasih *cashback*. Awalnya kan konsumen belanja atau melakukan transaksi pembayaran dengan metode tertentu yang dibuat sama perusahaannya itu, setelah transaksi sukses baru *cashback* masuk ke saldo atau ke poin akun penerima *cashback*. Nantinya saldo yang didapat itu bisa dicairkan lewat rekening yang didaftarkan atau bisa dipakai untuk belanja barang maupun produk digital lain kaya gitu sih mba.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Pendapat dari narasumber BKF mengenai proses bisnis *cashback* tersebut sesuai dengan penjelasan RR selaku Tax Analyst Withholding Tax pada *platform* Bukalapak, yang menjelaskan proses bisnis *cashback* pada *platform* Bukalapak dilakukan dengan menggunakan metode pembayaran tertentu melalui *e-money* atau *e-wallet*, serta dalam proses penerimaan *cashback* tersebut terdapat ketentuan masa kadaluwarsa (*expired*) apabila *cashback* tidak segera digunakan untuk melakukan transaksi kembali. RR menjelaskan bahwa,

“Kalau proses bisnisnya itu memang berbeda-beda sih tiap *e-commerce*, cuma kalau di Bukalapak itu nanti kita beli barang disitu ada kode *voucher* untuk *cashback* setelah dibayar dan transaksi berhasil otomatis kita akan mendapatkan *cashback* di akun *e-commerce* kita, nah nanti *cashback*-nya itu bisa digunakan di *platform* itu aja, kalau di Bukalapak malah ada masa *expired*-nya cuman 7 hari atau 15 hari.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan penjelasan narasumber Bukalapak yang menyatakan bahwa proses bisnis *cashback* berbeda-beda tergantung dari masing-masing penyedia

cashback, dalam hal ini Bukalapak selaku penyedia *cashback* memberikan *term and condition* untuk mendapatkan *cashback* tersebut. Salah satunya terdapat masa penggunaan *cashback* yaitu 7 hari sampai 15 hari semenjak mendapatkan *cashback*. Apabila pengguna tidak memanfaatkan *cashback* tersebut untuk bertransaksi maka masa penggunaan akan berakhir (*expired*) atau dengan kata lain *cashback* tidak dapat digunakan kembali. Menurut analisis peneliti, hal tersebut merupakan strategi perusahaan agar saldo *cashback* cepat digunakan oleh pengguna untuk berbelanja kembali pada perusahaan tersebut. Dengan demikian, berdampak pada peningkatan volume penjualan karena terjadi transaksi jual beli secara terus menerus. Berikut ini merupakan contoh *credit cashback* yang kadaluwarsa karena tidak dipergunakan kembali yang disajikan dalam gambar 4.2 sebagai berikut:

Riwayat	Pending	Credits
Credits kadaluwarsa 25 Mei 2018 - 11:49		-Rp1.000 Saldo: Rp0
Credits kadaluwarsa 25 Mei 2018 - 11:49		-Rp50.000 Saldo: Rp1.000
Credits kadaluwarsa 25 Mei 2018 - 11:49		-Rp50.000 Saldo: Rp51.000
Credits kadaluwarsa 25 Mei 2018 - 11:49		-Rp50.000 Saldo: Rp101.000
Credits kadaluwarsa 25 Mei 2018 - 08:39		-Rp50.000 Saldo: Rp151.000
Credits kadaluwarsa 25 Mei 2018 - 08:39		-Rp50.000 Saldo: Rp201.000
Credits kadaluwarsa 25 Mei 2018 - 08:39		-Rp50.000 Saldo: Rp251.000

Gambar 4.2 Contoh *cashback* kadaluwarsa di Bukalapak

Sumber: review.bukalapak.com, 2020

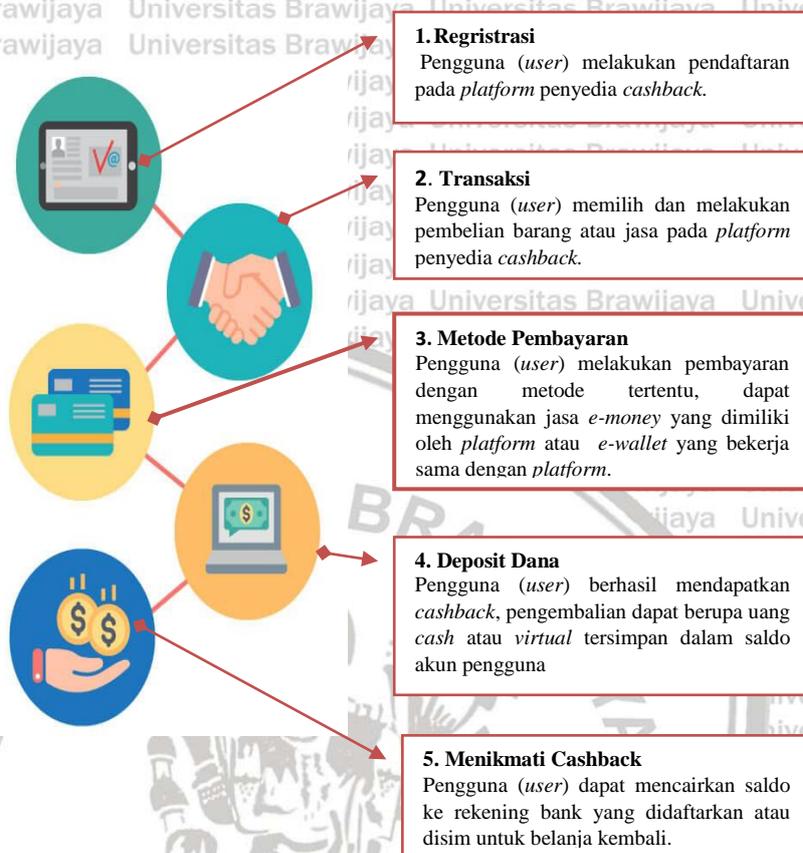
Kemudian, ketika dikonfirmasi perihal adanya kerjasama dengan pihak lain dalam memberikan promosi *cashback*, RR mengatakan,

“Kita sih memang ada kerja sama sih, kalau Bukalapak kerjasama dengan DANA, kalau yang lain kaya Tokopedia pakai OVO, kalau Shopee pakai Shopeepay mereka udah punya *e-money* sendiri yang sudah diakui oleh OJK. Kalau di Bukalapak itu metode pembayarannya ada dua jadi Bukadompot atau kredit Bukalapak sama DANA ya. Tapi kalau *cashback*-nya Bukalapak larinya bukan ke DANA tapi ke Bukadompot. Nah itu kalau yang larinya ke Bukadompot itu emang bukan kerjasama, jadi promo yang dikasi oleh Bukalapak sendiri. Cuman kalau transaksi Bukalapak pakai DANA dapet *cashback* sekian itu biasanya dari DANA. Terus kerjasamanya berupa prosentase kaya gitu sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Sebagaimana telah dijelaskan oleh kedua narasumber diatas yaitu BKF sebagai perumus kebijakan dan Bukalapak sebagai pelaku dalam bisnis *cashback*.

Penulis menggambarkan proses bisnis *cashback* dalam sebuah skema sebagai berikut:





Gambar 4.3 Proses Bisnis *Cashback*

Sumber: Diolah oleh penulis, 2020

Berdasarkan Gambar 4.3 diketahui bahwa proses bisnis *cashback* di *platform e-commerce* bermula saat pengguna melakukan transaksi dalam rangka pembelian barang dan jasa, dalam hal ini *e-commerce* banyak menggandeng para *merchant* baik *online* maupun *offline*, para *merchant* yang secara resmi terdaftar dan memenuhi kualifikasi untuk mendapatkan subsidi *cashback* adalah yang dapat memanfaatkan *cashback* tersebut untuk pelanggan toko mereka sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Adanya program ini disediakan untuk membantu meningkatkan performa toko dalam penjualan produk.

Setelah mendapatkan *cashback* pengguna akan membayar terlebih dahulu sejumlah transaksi pembelian, dalam pembayaran dibutuhkan metode pembayaran tertentu menggunakan *e-money* yang dimiliki oleh *platform* atau *e-wallet* yang bekerja sama dengan *platform*. Seperti yang sebelumnya telah disinggung bahwa terdapat perbedaan mendasar mengenai *e-money* dan *e-wallet*. Perbedaan yang mencolok adalah alat pembayarannya, *e-money* (*electronic money* atau uang elektronik) adalah alat pembayaran yang tersimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, contohnya yaitu Shopeepay yang dimiliki Shopee dan Bukadompot yang dimiliki Bukalapak. Sedangkan *e-wallet* (dompet elektronik atau dompet digital) menggunakan aplikasi untuk melakukan pembayaran, seperti OVO, Gopay dan Linkaja. Selanjutnya, pengguna diberikan pilihan untuk menyimpan saldo tersebut dalam akun atau dicairkan dalam bentuk *cash* ke rekening bank, dan pada tahap akhir barulah konsumen dapat menikmati *cashback* tersebut.

Selain yang telah dikemukakan oleh kedua narasumber diatas, pendapat lain juga dikemukakan oleh HR selaku pelaksana subdirektorat PPh Badan dan ER selaku pelaksana subdirektorat Pemotongan dan Pemungutan Pajak di Direktorat Pajak Penghasilan II DJP. Mereka menjelaskan proses bisnis transaksi *cashback* yang dikaitkan dengan batasan nominal transaksi yang harus dipenuhi untuk mendapatkan *cashback*, yang mengungkapkan bahwa,

“Sebenarnya harus dibedakan dulu ya jenis *cashback* itu, sebenarnya dia ada kriteria ga sih karena kalau ada kriteria itu kan berarti dianggap berbeda dengan yang ada kriteria kan, kan biasanya pemberiannya ada *platform* yang pakai prasyarat, yang kedua bisa jadi *platform* ngga kasih prasyarat. Kaya contohnya beli pulsa ada *cashback* 1% 2% gitu kan ga ada prasyarat. Emang ada beberapa yang pakai prasyarat. Lalu dari besaran pengembaliannya ada yang sejumlah nominal atau sejumlah prosentase.” (Wawancara dilakukan pada hari melalui *zoom meeting*).

Skema penerimaan *cashback* dapat berbeda-beda dalam setiap program dan perusahaan penyelenggara *cashback*. Skema penerimaan *cashback* dibedakan menjadi dua yaitu *cashback* tanpa syarat (tidak terdapat batas minimal pembelian) dan *Cashback* bersyarat (terdapat batas minimal pembelian).

Tabel 4.1 Contoh Skema Penerimaan *Cashback* pada Industri *Fintech*

<i>Skema Cashback Tanpa Syarat</i>	<i>Skema Cashback Bersyarat</i>
Sebuah <i>e-commerce</i> memberikan promosi <i>cashback</i> sebesar 5% untuk setiap pembelian token listrik. Apabila konsumen memanfaatkan promo tersebut, konsumen dapat melakukan pembelian token listrik seharga Rp 100.000.- Setelah pembelian berhasil, konsumen mendapatkan <i>cashback</i> sebesar Rp 5.000.- yang bisa dimanfaatkan untuk mengurangi harga pembelian produk yang dibeli selanjutnya di perusahaan tersebut.	Terdapat penawaran promo <i>cashback</i> sebesar 10% pada suatu <i>e-commerce</i> tertentu jika melakukan pembelian barang minimal sejumlah Rp 250.000.- Apabila konsumen hanya melakukan pembelian sejumlah Rp 200.000.- maka konsumen tidak berhak mendapatkan <i>cashback</i> .

Sumber: <https://kamus.tokopedia.com>, 2020.

Sudut pandang berbeda dikemukakan oleh DA selaku konsumen yang belum pernah melakukan pencairan *cashback* dalam memandang proses bisnis dari transaksi *cashback*. DA menjelaskan proses bisnis transaksi *cashback* sama dengan diskon sehingga tidak tepat untuk dikategorikan sebagai penghasilan kena pajak. DA mengungkapkan bahwa, “*Cashback* merupakan sesuatu yang menurut saya sama dengan diskon dalam pembelian secara tradisional. Sebab pada akhirnya baik diskon maupun *cashback* sama-sama mengurangi harga jual pembelian suatu

barang/jasa. Bedanya jika diskon harga jual dipotong duluan sehingga harga menjadi turun, sedangkan *cashback* uang pembelian dikembalikan (yang mana pengembalian uang tersebut merupakan uang milik pembeli), sehingga *cashback* menurut pandangan saya tidak tepat untuk dikategorikan sebagai penghasilan kena pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari melalui *free call whatsapp*).

Berdasarkan pendapat DA tersebut, terlihat sampai saat ini *cashback* menjadi salah satu strategi bisnis ini yang sering dibanding dengan diskon.

Selanjutnya, FA selaku Analis Kebijakan Pajak pada Pusat Kebijakan Pendapatan

Negara menjelaskan proses bisnis *cashback* berbeda dengan diskon. FA mengungkapkan bahwa,

“...Ketika ada argumen bahwa *cashback* inikah seperti diskon gitu, nah kita balik lagi kalau dalam mekanisme pajak yang normal mereka membeli barang, harga barangnya berapa? Terus mereka dapet *cashback* berapa? itu sebenarnya sama kalau mereka memperlakukan sebagai diskon berarti biayanya akan berkurang. *Which is* akan menambah penghasilan kena pajak sama juga kalau mereka melaporkan belinya 1000 maka biayanya akan 1000 PKP akan kena 1000 lalu ditambah *cashback* 100, PKP nya jadi tambah 100 atau mereka bisa langsung melaporkan 900. Orang kan masih nganggep itu kaya pengurangan harga ya padahal kan dimekanismenya kalau menurut saya secara pencatatan harusnya mereka mencatatkan pembelian seharga barangnya dan itu nanti mereka dapet kaya pengembalian itu ada bebannya 1000 ada penghasilan 1000 bukan mereka mencatatnya 900 begitu. Tapi ini kalau kita pakai sistem kredit pajak normal *eitherway* sama aja gitu dan itu juga kalau tidak dipotong pajak atau ngga di-*withhold* malah justru jadi lebih masuk akal, karena mereka yaudah ngga ada harus ngurus entah itu pengembalian pajak, kan langsung diperhitungkan ke dalam penghasilan kena pajak dan pajak terutangnya bisa lebih cocok gitu.” (Wawancara dilakukan pada hari melalui *video call whatsapp*).

Sebagai sebuah strategi *marketing*, *cashback* dan diskon memiliki aturan dan ketentuan yang berbeda. *Cashback* adalah pengembalian sebagian uang dimana konsumen harus melakukan transaksi terlebih dahulu, setelah itu *cashback* akan diberikan pada saat transaksi selesai. Berbeda dengan diskon atau rabat yang memberikan potongan harga secara langsung. Sebagaimana dalam konfirmasi narasumber BKF pada Pusat Kebijakan Pajak, yang menyatakan bahwa

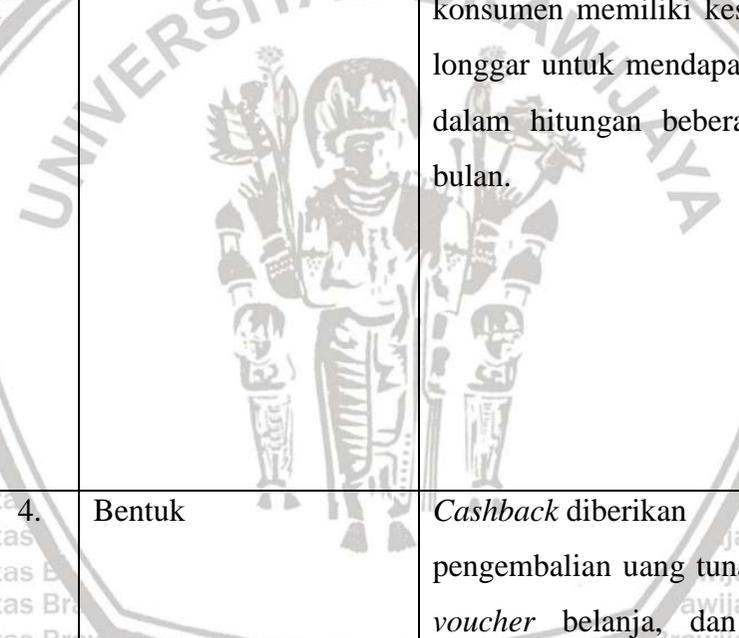
pemberian diskon akan memotong harga yang akan dibayarkan konsumen, sementara *cashback* akan diberikan dalam bentuk tambahan saldo yang dapat menambah kemampuan ekonomis sehingga terdapat tambahan penghasilan kena pajak. Singkat kata, diskon berdampak pada sisi hemat sedangkan *cashback* berdampak pada sisi tambahan uang. *Cashback* memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan diskon sebagaimana telah disajikan dalam Tabel 4.2 berikut ini:



Tabel 4.2 Perbedaan *Cashback* dan Diskon

No	Aspek	<i>Cashback</i>	Diskon
1.	Pengertian	<i>Cashback</i> adalah penawaran dimana pembeli mendapatkan presentase pengembalian uang tunai atau <i>virtual</i> , yang diberikan untuk transaksi berikutnya di kemudian hari. Hal inilah yang bisa memacu konsumen untuk melakukan <i>repeat order</i> .	Diskon (<i>discount</i>) adalah potongan harga produk atau jasa tertentu yang diberikan secara langsung oleh penjual kepada pembeli. Besarnya potongan harga yang diberikan ini bisa dalam bentuk presentase harga, seperti diskon 30%, 50%, hingga 90% atau dalam bentuk potongan nominal harga, seperti diskon 10.000, 50.000, dst.
2.	Mekanisme	<p>a. Konsumen tetap membayar harga barang penuh.</p> <p>b. <i>Cashback</i> atas pembelian barang dikreditkan untuk pembelian berikutnya.</p> <p>c. Konteks penerimaan <i>cashback</i> hanya bisa diberikan apabila transaksi menggunakan e-wallet/uang elektronik</p>	<p>a. Sifat potongan yang langsung diberikan, maka ketika seseorang mendapatkan diskon tertentu, harga yang harus dibayarkan bisa langsung berkurang diskon.</p> <p>b. Konsumen membayar harga barang setelah mendapat potongan.</p>
3.	Jangka waktu	<i>Cashback</i> biasanya berlaku lebih lama dibanding promo diskon, sehingga	Diskon memiliki batas waktu penukaran yang tidak terlalu lama, biasanya dalam rentang harian



		<p>konsumen memiliki kesempatan yang lebih longgar untuk mendapatkan promo ini. bisa dalam hitungan beberapa minggu bahkan bulan.</p>	<p>atau mingguan. Hal inilah yang sering membuat pelanggan buru-buru membeli produk yang didiskon agar tidak kehilangan kesempatan mendapat potongan harga tersebut. Singkatnya masa berlaku ini pula yang akhirnya bisa menarik banyak konsumen melakukan pembelian. Sehingga, para pengusaha berlomba-lomba membuat program diskon terbaik untuk meningkatkan penjualan produk atau jasanya..</p>
4.	Bentuk	<p><i>Cashback</i> diberikan dalam bentuk pengembalian uang tunai langsung, deposit, <i>voucher</i> belanja, dan barang, di mana konsumen tidak bisa bebas memilih karena sudah ditentukan oleh penyelenggara program <i>cashback</i></p>	<p>Diskon jelas berupa potongan harga barang yang langsung dibayarkan oleh konsumen.</p>

Sumber: <https://cashbac.com>, 2019.

b. *Cashback* sebagai penghasilan berdasarkan *The Accretion Theory of Income (S-H-S Concept)*.

Pajak penghasilan menjadi istilah yang familiar di kalangan masyarakat tetapi untuk dapat mendefinisikan penghasilan secara komprehensif bukanlah perkara mudah (Brooks, 1952). Terdapat dua konsep penghasilan yang diperkenalkan di Indonesia yaitu konsep sumber (*source concept*) dan konsep akresi (*accretion concept*), tetapi semenjak perubahan regulasi PPh tahun 2010, konsep penghasilan di Indonesia mulai mengadopsi konsep akresi dimana setiap tambahan kemampuan ekonomis dianggap sebagai penghasilan (Mangoting, 2001). Oleh karena itu, dalam rangka membuat alternatif kebijakan khususnya bagi pemajakan transaksi *cashback*, terlebih dahulu pihak-pihak yang terkait dalam transaksi *cashback* mengidentifikasi pengertian dari penghasilan. Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa transaksi *cashback* merupakan bisnis baru yang perkembangannya sangat signifikan sehingga membutuhkan pemahaman yang lebih dalam untuk mengenakan pajak penghasilan atas transaksi tersebut. Selaku narasumber dari Badan Kebijakan Fiskal FA menjelaskan bahwa,

“Ya sesuai dengan Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 yang disebut penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis dalam nama dan bentuk apapun. Kalau kita lihat kan yang namanya *cashback* bisa kita buat untuk beli barang, bisa buat bayar jasa dan lain-lain. Ya memang itu bisa untuk konsumsi kan, kalaupun disipen gatau apakah ada kadaluwarsanya itu kaya bilang investasi juga bisa, karena memang itu bisa disipen atau ditabung (*saving*) gitu kan, kalau menurut kami ya karena bisa digunakan untuk konsumsi membeli barang.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Menurut ET selaku pelaksana dari kebijakan perpajakan memberikan penjelasan yang hampir sama terkait definisi penghasilan untuk transaksi *cashback*.

“Jadi emang ini kan udah berlaku dari lama-lama ya. Tapi sekarang baru ditanyain karena banyaknya *platform* yang kasi *cashback* itu biasanya promo-promo itu kan ya. Konsep penghasilan menurut saya yang disampaikan mbak tadi kalau misalkan memenuhi syarat pasal 4 ayat 1, itu kan jadi menambah kemampuan ekonomis ya, disitu dia memenuhi tambahan kemampuan ekonomis yang digunakan untuk berbelanja bagi WP.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan penjabaran narasumber diatas, terlihat bahwa manfaat *cashback* yaitu memberikan uang kembali bisa dirasakan oleh konsumen dan bisa dianggap sebagai tambahan kemampuan ekonomis dimana konsumen bisa menggunakan uang tersebut untuk melakukan pembelian barang atau jasa pada transaksi berikutnya. Mengacu kepada konsep akresi atau yang biasa disebut dengan *S-H-S Concept* yang menyebutkan bahwa penghasilan untuk keperluan perpajakan seharusnya tidak membedakan sumbernya dan tidak menghiraukan pemakaiannya, melainkan lebih menekankan kepada kemampuan ekonomis yang dapat pakai untuk menguasai barang dan jasa. Berdasarkan pengertian ini, maka *cashback* merupakan penghasilan bagi konsumen karena memperoleh tambahan kemampuan ekonomis.

Selain untuk kegiatan konsumsi, *cashback* juga dapat dimanfaatkan untuk hal lain. Salah satunya, seperti yang diungkapkan GF selaku pengguna yang pernah melakukan pencairan *cashback*. GF mengaku memanfaatkan *cashback* untuk tabungan (*saving*).

“Kalau aku biasanya kumasukkan dalam bentuk tabungan.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

Berdasarkan pengakuan narasumber GF selaku konsumen di *platform* Bukalapak. Diketahui bahwa GF biasanya memanfaatkan *cashback* tersebut untuk ditabung. Dilansir dari situs resminya, Bukalapak memiliki fitur Bukadompet yang merupakan dompet *virtual* yang dimiliki oleh setiap pengguna. Bukadompet digunakan sebagai alat pembayaran dan penyimpanan dana sementara di Bukalapak, saldo yang terdapat pada Bukadompet juga bisa dicairkan dengan ke rekening bank yang telah didaftarkan di *platform* Bukalapak. Akan tetapi, terdapat ketentuan terkait pencairan saldo tersebut yaitu pencairan saldo hanya dapat dilakukan sebanyak 1 kali sehari, nominal minimum pencairan saldo adalah sebesar Rp 25.000,- dan pengguna wajib mendaftarkan rekening bank yang terdaftar di Indonesia pada proses pencairan saldo tersebut. Berikut ini adalah contoh pencairan saldo yang dilakukan oleh konsumen GF di *platform* Bukalapak:

✕ Cairkan Saldo

JUMLAH PENCAIRAN

Rp 35.500

PASSWORD

.....|

Masukkan password Bukalapak kamu. Bukan password Google+ atau Facebook.
Lupa password? [Reset Password Bukalapak](#)

Baca ketentuan pencairan dana

- Minimum pencairan dana adalah Rp25.000,-
- Pencairan dana hanya bisa dilakukan 1 kali per hari.
- Lama waktu transfer dana ke rekening bank: BCA, BNI, BRI, Mandiri maksimum 1 x 24 jam kerja.
- Lama waktu transfer dana selain ke rekening bank: BCA, BNI, BRI, Mandiri maksimum 2 hari kerja.
- Pencairan dana ke rekening selain Mandiri, BCA, BRI, BNI, atau BNI Syariah dikenakan biaya Rp6.500,- (bisa berubah sesuai ketentuan yang berlaku)
- Credits yang kamu miliki tidak dapat dicairkan.

Cairkan

Gambar 4.5 Transaksi Pencairan Saldo Pengguna pada Platform Bukalapak

Sumber: Hasil wawancara dengan narasumber

Sesuai dengan penjelasan dan dokumentasi pada gambar 4.5 terlihat bahwa *cashback* dapat dicairkan ke rekening bank masing-masing pengguna. Hal tersebut karena beberapa *platform* memberikan fasilitas untuk melakukan pencairan *cashback*. Adanya fasilitas tersebut membuat konsumen memanfaatkan *cashback* untuk ditabung. Mengutip sebuah artikel *online*, bahwa definisi menabung adalah kegiatan menyimpan uang yang disisihkan dari penghasilan harian atau bulanan, yang dapat meningkatkan nilai aset (uang) seseorang (<https://www.cermati.com> diakses pada tanggal 11 Juni 2020).

Pemanfaatan *cashback* sebagai tabungan tersebut sesuai dengan penjelasan para tokoh pencetus *S-H-S Concept* yaitu Haig dan Simons. Haig mengemukakan dalam definisi penghasilan harus dimasukkan *net additions to wealth* yang direfleksikan oleh tabungan (*saving*), karena tabungan menunjukkan adanya kenaikan konsumsi potensial (Rosen, 1980:349). Selain itu, definisi penghasilan menurut Simons umumnya dikenal dengan formula: $Income (I) = Consumption (C) + Saving (S)$. Formula ini lazimnya dikenal dengan sebutan metode penghitungan penghasilan kena pajak berdasarkan pemakaian penghasilan (Simons, 1938).

Akan tetapi, terdapat pandangan lain yang diungkapkan oleh RR selaku Tax Analysts Withholding Tax pada *platform* Bukalapak yang menyatakan bahwa selain untuk kegiatan konsumsi (*consumption*) dan menabung (*saving*) *cashback* juga dapat dimanfaatkan untuk kegiatan investasi, dimana pada *platform* Bukalapak memiliki fitur Bukareksa yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna dalam bertransaksi reksadana. Berikut merupakan penjelasan narasumber RR,

“Kalau bicara tentang *cashback* buat investasi sih kebetulan di Bukalapak sendiri ada ya fiturnya namanya Bukareksa, disitu *user* bisa pakai saldonya dia yang ada di Bukadompet buat transaksi jual beli berbagai macam pilihan reksadana dan kita bekerjasamanya dengan Bareksa yang sudah diawasi OJK jadi aman. *User* bisa nyisihin uang *cashback* yang dia dapet buat investasi reksa dana dari setiap transaksi belanja *online* di Bukalapak, terus minimum pembeliannya juga ngga gede bisa mulai Rp10.000 aja.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 27 Mei melalui *zoom meeting*). Saldo BukaDompet salah satunya dapat berasal dari *cashback* yang didapatkan konsumen selama bertransaksi di Bukalapak. Jadi, selain untuk konsumsi dan tabungan, *cashback* dapat dimanfaatkan sebagai instrumen investasi. Berikut ini disajikan dokumentasi yang menunjukkan bahwa terdapat pilihan penggunaan saldo dalam Bukadompet untuk investasi:



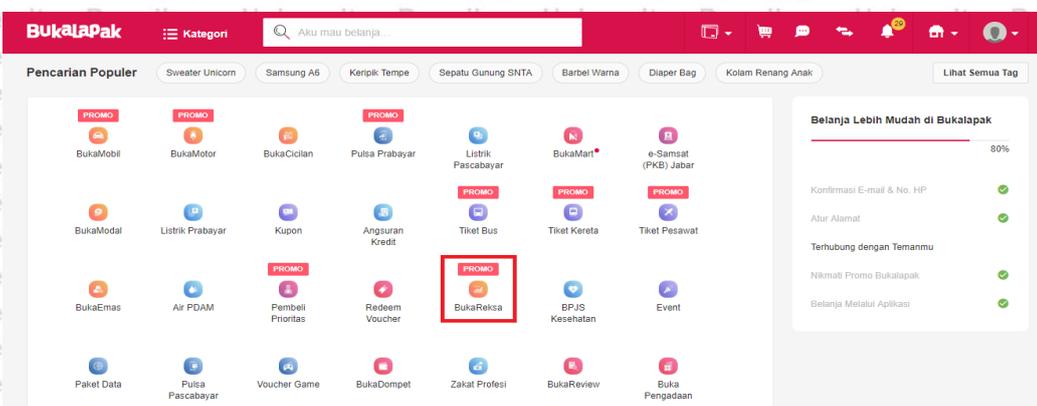
Gambar 4.4 Saldo *Cashback* BukaDompet Untuk Kegiatan Investasi

Sumber: Aplikasi Bukalapak, 2020

Menurut OJK definisi investasi adalah penanaman modal untuk memperoleh keuntungan sehingga menambah nilai dari aset yang telah dimilikinya.

Penambahan nilai aset dapat menambah kekayaan dan kemampuan seseorang artinya *cashback* dapat disebut sebagai penghasilan sesuai dengan konsep akresi karena pemanfaatannya untuk kegiatan investasi. Adanya fitur Bukareksa membuat pengguna dapat mengalihkan uang *cashback* menjadi modal investasi

reksadana. Berikut merupakan halaman awal fitur Bukareksa pada platform Bukalapak:



Gambar 4.5 Fitur BukaReksa

Sumber: www.bukalapak.com, 2020

Kebanyakan promosi *cashback* saat ini diberikan tidak benar-benar berupa pengembalian uang tunai langsung ke tangan pembeli. Pihak penjual biasanya memberikan *cashback* ke dalam bentuk uang *virtual*, poin, *voucher* dan bahkan banyak *cashback* yang sudah divariasikan dalam bentuk barang. Berbagai macam bentuk dan jenis pengembalian tersebut dapat menimbulkan pertanyaan mengenai penghasilan mana yang sepatutnya dikenakan pajak. Ketika disinggung mengenai hal tersebut FA sebagai perumus kebijakan mengatakan,

“Yang bisa dikenakan pajak adalah yang *equivalent* dengan uang, yang ada nilainya kita bisa tahu, ada *fair value*-nya. Yang umpamanya mereka dapet barang *cashback*-nya berapa gitu kan jadikan kaya hadiah langsung dan itu ada nilainya bisa itu dikenakan pajak. Tapi kalau kaya poin, poin itu saya pikir kan bisa jadi objek pajak kalau dikonversi jadi potongan harga untuk beli barang, makanya ketika dia udah dikonversi menjadi sesuatu yang punya nilai mata uang, dia baru bisa dilaporkan sebagai objek pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Seperti pendapat narasumber Badan Kebijakan Fiskal, selama penghasilan tersebut *equivalent* dengan uang, memiliki *fair value*, serta dapat dikonversi menjadi nilai mata uang maka dapat dikatakan sebagai penghasilan dan dilaporkan sebagai objek pajak. Pendapat tersebut sesuai teori yang dijelaskan Haig bahwa penghasilan yang dapat dikenakan pajak adalah yang dapat dinilai dengan uang (*money value*) atau dapat diukur (Rosen, 1980).

Menurut ET selaku pelaksana dari kebijakan perpajakan memberikan penjelasan yang hampir sama bahwa semua kategori *cashback* yang memiliki nilai atau dikonversi dapat dikategorikan sebagai objek pemotongan PPh.

“Semuanya jadi kan gini, konsepnya kita kembali ke awal tambahan kemampuan ekonomis, yang diterima oleh WP. Jadi ini kita ga menentukan apakah nanti bentuknya barang, uang atau poin. Poin itu uang lo, tapi nanti permasalahan yang timbul itu satu, nanti ketika diberikan dalam bentuk barang. Ketika nanti *cashback*-nya diberikan dalam bentuk barang itu tetep merupakan objek PPh. Kalau seandainya dia merupakan objek pemotongan, pemotongannya atas dasar apa? nanti itu disitu bisa dilihat dari harga pasar barangnya.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan penjabaran berbagai narasumber tersebut, maka penulis menganalisis bahwa *cashback* memenuhi kriteria sebagai penghasilan untuk keperluan perpajakan yang dikemukakan oleh *S-H-S Concept* (Schanz-Haig-Simons) yang pertama kali mencetuskan *the accretion theory of income* dimana penghasilan dalam konsep pajak seharusnya tidak membedakan sumbernya dan tidak menghiraukan pemakainya, tetapi lebih menekankan kepada kemampuan ekonomis yang dapat dipakai untuk menguasai barang dan jasa, jadi apakah dipakai untuk konsumsi ataukah untuk disimpan untuk konsumsi dikemudian hari tidak penting, yang penting adalah bahwa penerimaan atau

perolehan tersebut merupakan tambahan kemampuan ekonomis (Mansury, 1996:62). Kemudian, terlepas dari bentuk *cashback* tersebut yang berbentuk *cash* maupun *non-cash* (poin, *voucher* atau barang) pada hakikatnya memiliki sifat yang sama yaitu diberikan dalam bentuk pengembalian yang menambah kemampuan atau kekayaan WP yang bersangkutan, hal tersebut sejalan dengan konsep akresi bahwa seluruh penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh suatu pihak harus dikenai pajak tanpa memandang jenis dan sumbernya (Schanz, 1986).

c. *Cashback* sebagai penghasilan berdasarkan pasal 4 ayat 1 Undang-undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh).

Pengertian penghasilan yang dianut Indonesia diatur dalam Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang Pajak Penghasilan (PPh) di Indonesia yaitu :

“Yang menjadi objek pajak penghasilan **setiap tambahan kemampuan ekonomis** yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun.”

Berdasarkan paparan diatas, peneliti menganalisis unsur-unsur yang timbul dari definisi penghasilan menurut Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang PPh. Unsur yang pertama dalam definisi penghasilan menurut UU PPh adalah penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis. Unsur ini memenuhi konsep akresi (*accretion concept*) atau konsep pertambahan, dimana yang termasuk penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan untuk menguasai barang dan jasa yang didapat oleh Wajib Pajak dalam tahun pajak yang berkenaan (Goode 1964).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima narasumber, mereka

menyatakan bahwa *cashback* dapat menambah kemampuan ekonomis seseorang.

Hal tersebut karena konsumen dapat menggunakan *cashback* tersebut untuk bertransaksi kembali atau dapat diartikan konsumen dapat melakukan penguasaan terhadap barang dan/jasa dengan *cashback* tersebut. Selanjutnya dilakukan konfirmasi mengenai *cashback* apabila dikaitkan dengan objek pajak, narasumber FA berpendapat bahwa,

“Memang itu seharusnya transaksi *cashback* dikenakan pajak kan begini sistem perpajakan kita adalah *self assessment*, seharusnya dari WP sendiri secara kesadaran melaporkan sendiri, menghitung, dan membayar kan seperti itu seharusnya *self assessment*. Tapi memang ya jangankan *cashback* yang lain-lain pun juga sama, dari kita sih mungkin kesadaran hak dan kewajiban perpajakan sepertinya masih banyak tugas disana, hak saja kadang mereka tidak tau ketika mereka harus restitusi, hak menerima bupot masih banyak kadang orang berpendidikan pun taunya sudah dipotong pajak, padahal kan kalau kewajiban SAS harus ada kewajiban melaporkan. Apalagi ini yang harus ada kewajiban melaporkan dan harus bayar. Sebenarnya semua penghasilan itu bisa dipajaki kecuali yang dikecualikan dari objek pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Berdasarkan wawancara dengan pihak BKF, penulis menganalisis bahwa pada dasarnya sistem pemajakan Indonesia menggunakan *self assessment system* apapun jenis penghasilan yang didapatkan, WP harus memiliki kesadaran yang tinggi untuk menghitung, menyetor dan melaporkan penghasilan tersebut karena semua penghasilan dapat dikenakan pajak kecuali yang dikecualikan dari objek pajak. Penghasilan yang dikecualikan dari objek pajak diatur dalam Pasal 4 ayat (3) UU PPh No 36 Tahun 2008. Lebih lanjut, penulis melakukan analisis kembali terhadap unsur-unsur penghasilan sesuai definisinya dalam Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang PPh sebagai berikut:

“Yang menjadi objek pajak penghasilan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun.”

Unsur yung kedua menjelaskan bahwa penghasilan adalah yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, unsur ini memenuhi konsep realisasi (*realization concept*), dimana tambahan kemampuan ekonomis dapat dikatakan sebagai suatu penghasilan apabila sudah direalisasi baik dengan menggunakan prinsip *cash basis* maupun *accrual basis* (Mansury, 2002). Berbicara dalam konteks penghasilan *cashback*, FA dari BKF memaparkan saat pengakuan *cashback* sebagai suatu penghasilan yaitu,

“Seperti yang saya bilang tadi mbak, biasanya *cashback* kan bisa langsung dalam bentuk rupiah ya. yaudah bisa dilaporkan. Tapi kalau ga kepakai ya dianggep ga kepakai gitu kan. inisih saya bilangnya pakai rezim normal ya atau rezim pembukuan jadi yaudah penghasilannya misal 800ribu ga kepake gitukan lupa berarti ada kerugian ya nol. Jadi kalo bisa dinilai lah ada *fair valuenya*, jadi kalau udah masuk direkening itu sudah jadi objek pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya RR selaku pihak Bukalapak, juga menyatakan pendapatnya mengenai hal tersebut.

“Setelah itu digunakan sih menurutku, sebelum digunakan itu masih mengendap walaupun dapetnya 50jt belum jadi penghasilan kita sih. Karena itu akan menjadi penghasilan ketika itu sudah menjadi asset milik kita. Sedangkan kalau di Bukalapak kan ada masa expirednya ya, kalau *expired* kan ga jadi penghasilan kita. Pokoknya kalau belum dibelanjakan belum bisa disebut penghasilan menurutku.”

Kedua narasumber tersebut memiliki sudut pandang yang berbeda dalam menjelaskan saat pengakuan *cashback* sebagai penghasilan namun memiliki inti yang sama. Intinya dari sisi pemerintah maupun pelaku bisnis menjelaskan *cashback* dapat diakui sebagai penghasilan ketika sudah diperoleh (*cash basis*).

Dari sisi BKF menyatakan *cashback* dapat diakui sebagai penghasilan ketika dicairkan ke dalam rekening, dilain sisi pihak Bukalapak menjelaskan bahwa *cashback* disebut penghasilan adalah saat dipergunakan untuk belanja. Kemudian, penulis melakukan konfirmasi kembali tentang saat pengakuan *cashback* kepada para konsumen. DA selaku pihak yang belum pernah mencairkan *cashback* menyatakan,

“Pengakuan penghasilan adalah saat diskon atau *cashback* itu diperoleh oleh konsumen.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 13 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Serta konsumen GF selaku pihak yang pernah mencairkan *cashback*, mengungkapkan bahwa,

“Menurut saya, pengakuan penghasilan yang dapat dilakukan untuk transaksi *cashback* yaitu secara *cash basis* pada saat memperoleh penghasilan baru dicatat sebagai penghasilan.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya, penulis melakukan analisis mengenai saat pengakuan *cashback* sebagai penghasilan. Apabila sesuai dengan proses bisnis transaksi *cashback* yang telah dijelaskan sebelumnya, proses penerimaan *cashback* melalui 3 tahapan yaitu saat *cashback* diklaim, saat *cashback* dipergunakan untuk melakukan transaksi kembali dan pada saat *cashback* dicairkan. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan oleh narasumber-narasumber tersebut, maka *cashback* memenuhi konsep realisasi karena penghasilan *cashback* diperoleh saat konsumen melakukan pencairan ke rekening atau belanja kembali. Hal ini sesuai dengan prinsip *cash basis*. Berikutnya dilakukan konfirmasi mengenai unsur yang ketiga yaitu:

“Yang menjadi objek pajak penghasilan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak, **baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia** yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun.”

Sesuai dengan unsur penghasilan tersebut, bahwa transaksi digital dikenal sebagai transaksi lintas batas. Maksudnya, pengguna dapat melakukan transaksi tanpa mengenal batasan antar negara atau wilayah. Hal tersebut juga berlaku dalam transaksi *cashback*, terdapat kemungkinan para pengguna bertransaksi di luar wilayah Indonesia. Kemudian dikonfirmasi kembali perihal asal sumber penghasilan *cashback*, FA menyatakan,

“Yah, bisa aja sih. Sekarang orang mau bertransaksi bebas melalui media tanpa ada batasan.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selain itu, JT selaku *user* menyatakan hal yang sama bahwa *cashback* dapat diterima dari luar Indonesia.

“Bisa sih kayanya Amazon juga kasih *cashback* kalau ngga salah.” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

JT selaku konsumen mengungkapkan bahwa salah satu perusahaan teknologi multinasional Amerika yang berfokus pada *e-commerce* bernama Amazon memberikan penawaran promosi berupa kupon, kode diskon dan *cashback*. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa penghasilan *cashback* dapat diperoleh dari Indonesia maupun dari luar Indonesia. Sesuai dengan unsur penghasilan bahwa yang pengenaan pajak penghasilan tanpa melihat letak dari sumber penghasilan baik yang berasal dari Indonesia maupun yang berasal dari luar Indonesia. Unsur ini memenuhi konsep *world-wide-income*, dimana

penghasilan yang dikenakan pajak meliputi penghasilan manapun juga, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia (Mansury, 2002:42-46). Setelah itu, dilakukan analisis mengenai unsur penghasilan yang keempat yaitu:

“Yang menjadi objek pajak penghasilan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia **yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan**, dengan nama dan dalam bentuk apapun.”

Unsur ini merupakan cara menghitung atau mengukur besarnya penghasilan yang dikenakan pajak, yaitu sebagai hasil penjumlahan seluruh pengeluaran untuk kebutuhan konsumsi dan sisanya yang ditabung menjadi kekayaan Wajib Pajak termasuk yang dipakai untuk membeli harta sebagai investasi (penggunaan tabungan Wajib Pajak untuk mengembangkan harta Wajib Pajak, seperti dibelikan saham untuk memperoleh dividen dan *capital gains* atau dibelikan tanah yang dapat memberikan sewa dan juga *capital gains*) (Mansury, 2002). Penulis menganalisis dalam hal ini *cashback* memenuhi unsur tersebut karena *cashback* dapat digunakan untuk melakukan pembelian barang dan/jasa kembali (*consumption*). Selain itu, *cashback* dapat ditabung (*saving*) dan digunakan untuk kegiatan investasi (*investment*) maka dapat diartikan *cashback* dapat menambah kemampuan konsumen yang memilikinya. Kemudian, dilakukan analisis mengenai unsur penghasilan yang terakhir yaitu,

“Yang menjadi objek pajak penghasilan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, **dengan nama dan dalam bentuk apapun.**”

Menurut analisis peneliti mengenai unsur tersebut, pihak-pihak dari instansi pemerintah yaitu Badan Kebijakan Fiskal maupun Direktorat Jendral Pajak mengetahui dan memahami jenis penghasilan dengan karakteristik yang berbeda pada transaksi *cashback*. Menurut mereka pengembalian *cashback* dalam bentuk uang *cash*, uang *virtual*, *voucher*, poin, dan barang merupakan termasuk kedalam objek pajak sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 4 ayat 1. Pada hakikatnya semua jenis penghasilan tersebut adalah sama-sama menambah kemampuan ekonomis hanya penamaannya saja yang berbeda, unsur ini memenuhi konsep bahwa hakekat ekonomis adalah lebih penting daripada bentuk formal yang dipakai (*substance-over-form-principle*) dimana yang menentukan apakah penghasilan itu merupakan obyek pajak bukan pada bentuk yuridis, melainkan hakekat ekonomis (Mansury, 2002).

Setelah dilakukan analisis terhadap kelima unsur penghasilan dalam transaksi *cashback*. Selanjutnya dibahas mengenai ketentuan/regulasi pemajakan transaksi tersebut. Berbicara mengenai proses bisnis baru, maka diperlukan suatu ketentuan regulasi yang secara jelas mengatur hal tersebut. Lalu ketika ditanya perihal peraturan perpajakan terkait pemajakan transaksi *cashback*. Selaku narasumber dari Badan Kebijakan Fiskal FA menjelaskan bahwa, “Regulasi di Indonesia, sudah ada karna kita menganggapnya karna sebagai hadiah langsung, kalau hadiah langsung kan tidak masuk pemotongan PPh 21 itu di PER DJP-11 Tahun 2015. Tetapi untuk hadiah langsung memang bukan merupakan objek PPh 21 jadi harus dilaporkan sendiri oleh WP. (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara ET selaku pelaksana dari kebijakan perpajakan memberikan penjelasan yang sama bahwa peraturan atau regulasi

khusus bagi PPh atas transaksi *cashback* yang telah ada sejak lama dan diberlakukan melalui Peraturan Direktur Jenderal Pajak No. PER-11/PJ/2015 tentang Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Hadiah dan Penghargaan.

“Sebenarnya gini regulasinya dia kan ada di PER 11 Tahun 2015, Sekarang isunya apakah *cashback* dikenakan PPh pasal 21, 23, 26 atau engga mengingat di pasal 4 peraturan tersebut mengatakan bahwa hadiah yang diberikan ke semua pembeli atau konsumen akhir dan tanpa diundi pada saat pembelian barang atau jasa sebenarnya hanya wajib lapor saja, namun untuk kewajiban perpajakannya diserahkan langsung masing-masing penerima penghasilan dalam hal ini adalah yang memperoleh *cashback* seperti itu.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Sesuai dengan penjelasan DJP dan BKF tersebut diatas mengenai pengenaan pajak *cashback* sesuai PER DJP-11 Tahun 2015. Berdasarkan peraturan tersebut peneliti menganalisis bahwa pengenaan PPh *cashback* berbeda tergantung dari cara perusahaan memberikan *cashback* tersebut. Pengenaan PPh *cashback* dibagi menjadi dua yaitu (1) *Cashback* diberikan kepada salah satu pembeli atau beberapa pembeli dan (2) *Cashback* diberikan kepada semua pembeli dan tanpa diundi pada saat pembelian barang atau jasa. Penjelasan lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. *Cashback* dikategorikan sebagai objek pemotongan apabila *cashback* diberikan kepada salah satu pembeli atau beberapa pembeli, ketentuan mengenai hal tersebut diatur pada pasal 3 ayat (2) PER-11/PJ/2015 sebagai hadiah atau penghargaan, perlombaan, hadiah sehubungan kegiatan dan penghargaan dikenakan Pajak Penghasilan (PPh). Atas penjelasan diatas maka disajikan data pendukung berupa pasal 3 peraturan PER-11/PJ/2015 tentang

Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Hadiah Dan Penghargaan Pasal 3 sebagai berikut:

Pasal 3

- (1) Atas hadiah undian dipotong Pajak Penghasilan Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari jumlah penghasilan bruto dan bersifat final oleh penyelenggara undian.
- (2) Atas hadiah atau penghargaan perlombaan, hadiah sehubungan kegiatan, dan penghargaan dikenakan Pajak penghasilan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. dalam hal penerima penghasilan adalah orang pribadi Wajib Pajak dalam negeri, dikenakan pemotongan Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 dari jumlah penghasilan bruto;
 - b. Pasal 21 sebesar tarif Pasal 17 Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan dalam hal penerima penghasilan adalah Wajib Pajak luar negeri selain Bentuk Usaha Tetap, dikenakan pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 26 Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 sebesar 20% (dua puluh persen) dari jumlah bruto dengan memperhatikan ketentuan dalam Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda yang berlaku;
 - c. dalam hal penerima penghasilan adalah Wajib Pajak badan termasuk Bentuk Usaha Tetap, dikenakan pemotongan Pajak Penghasilan berdasarkan Pasal 23 ayat (1) huruf a angka 4) Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008, sebesar 15% (lima belas persen) dari jumlah penghasilan bruto.

Gambar 4.6 Pasal 3 PER-11/PJ.2015

Sumber : pajak.go.id

2. Cashback dikategorikan sebagai objek penghasilan apabila *cashback* diberikan kepada semua pembeli dan tanpa diundi pada saat pembelian barang atau jasa sesuai dengan ketentuan pada pasal 4 PER-11/PJ/2015, dijelaskan

bahwa pemotongan PPh tidak berlaku untuk hadiah langsung dalam penjualan barang atau jasa sepanjang diberikan kepada semua pembeli atau konsumen akhir tanpa diundi dan hadiah tersebut diterima langsung oleh konsumen akhir pada saat pembelian barang atau jasa, serta satu-satunya kewajiban yang harus dilakukan oleh Wajib Pajak adalah kewajiban melaporkan hadiah tersebut ke dalam tambahan penghasilan di PPh Pasal 29 Surat Pemberitahuan Pajak Tahunan Wajib Pajak yang bersangkutan.

Penjelasan lebih lanjut mengenai poin 1 dan 2 dapat dilihat pada bagian ilustrasi no 4 PER-11/PJ/2015 dalam Lampiran 5 penelitian ini. Selanjutnya disajikan kutipan Pasal 4 PER DJP-11 Tahun 2015, yang digunakan sebagai pendukung argumen paa poin 2 diatas:

Pasal 4

- (1) Pemotongan Pajak Penghasilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 tidak berlaku untuk hadiah langsung dalam penjualan barang atau jasa sepanjang diberikan kepada semua pembeli atau konsumen akhir tanpa diundi dan hadiah tersebut diterima langsung oleh konsumen akhir pada saat pembelian barang atau jasa.
- (2) Hadiah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan objek Pajak Penghasilan yang wajib dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan Pajak Tahunan Wajib Pajak

Gambar 4.6 Pasal 4 PER DJP-11 Tahun 2015

Sumber: www.pajak.go.id

Peneliti berpendapat bahwa bunyi klausul tersebut, sangat sesuai dengan karakteristik transaksi *cashback* di Indonesia, hampir semua *platform* memberikan kesempatan kepada seluruh penggunanya untuk mendapatkan *cashback* artinya tidak terbatas diberikan pada salah satu atau beberapa pengguna saja, setiap pengguna/konsumen dalam suatu *platform* memberikan kesempatan yang sama

kepada pengguna untuk mendapatkan *cashback*. Oleh karena itu, berdasarkan peraturan tersebut, pengguna berkewajiban untuk melakukan pelaporan pajak dalam kolom penghasilan lain-lain sebagai tambahan penghasilan di PPh Pasal 29 pada SPT Tahunan yang bersangkutan sebagaimana yang terlihat pada gambar 4.7 berikut:

Jumlah Bagian C		JBC
		0
BAGIAN D : PENGHASILAN NETO DALAM NEGERI LAINNYA (TIDAK TERMASUK PENGHASILAN YANG DIKENAKAN PPh BERSIFAT FINAL)		
NO.	JENIS PENGHASILAN	JUMLAH PENGHASILAN NETO (Rupiah)
(1)	(2)	(3)
1	BUNGA	
2	ROYALTI	
3	SEWA	
4	PENGHARGAAN DAN HADIAH	
5	KEUNTUNGAN DARI PENJUALAN/PENGALIHAN HARTA	
6	PENGHASILAN LAINNYA	
Jumlah Bagian D		JBD
		0

Gambar 4.7 Kolom Penghasilan Lain-lain dalam SPT Tahunan PPh OP

Sumber : Hasil wawancara dengan BKF

Bagian ini digunakan untuk melaporkan besarnya seluruh penghasilan dalam negeri lainnya seperti bunga, dividen, royalti, sewa, penghargaan dan hadiah, keuntungan dari penjualan/pengalihan harta, dan penghasilan lain-lain yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak sendiri atau anggota keluarganya dalam tahun pajak yang bersangkutan dimana penghasilan *cashback* masuk ke dalam jenis penghasilan penghargaan atau hadiah. Penjelasan ini didukung oleh dokumentasi dibawah ini

Angka 4 - PENGHARGAAN DAN HADIAH

Penghargaan dan/atau hadiah yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak sendiri dan anggota keluarganya merupakan penghasilan. Jenis hadiah dan penghargaan untuk tujuan pemajakan dapat dibedakan:

- a. Hadiah undian
Yang dimaksud hadiah undian adalah hadiah dengan nama dan dalam bentuk apapun yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang pemberiannya melalui cara undian.
- b. Hadiah dan penghargaan perlombaan
Yang dimaksud dengan hadiah dan penghargaan perlombaan adalah hadiah atau penghargaan yang diberikan melalui suatu perlombaan atau adu ketangkasan, misalnya dari :
 - perlombaan olah raga;
 - kontes kecantikan/busana, kontes lainnya;
 - kuis di televisi/radio;
 - kegiatan perlombaan atau adu ketangkasan lainnya.
- c. Penghargaan atas suatu prestasi tertentu, misalnya penghargaan atas penemuan benda purbakala, penghargaan dalam menjualkan suatu produk.
- d. Hadiah sehubungan dengan pekerjaan pemberian jasa dan kegiatan lainnya yang pemberiannya tidak melalui cara undian atau perlombaan.

Gambar 4.8 Penghargaan dan Hadiah yang dilaporkan ke dalam SPT Tahunan

Sumber: Hasil wawancara BKF

Regulasi khusus atas PPh transaksi *cashback* telah di konfirmasi pada platform Bukalapak melalui wawancara dengan RR. Pada kenyataannya, pihaknya tidak mengetahui mengenai regulasi pemajakan tersebut serta mengaku bahwa selama ini belum pernah mendapatkan instruksi dari DJP untuk melakukan kewajiban pemotongan atau pemungutan pajak atas penghasilan *cashback* penggunaannya.

“Kalau di Bukalapak belum sih mbak, karena kan kita instruksinya juga dari PMK, kita kan jalan perpajakannya berdasarkan peraturan. Kalau saya liat secara peraturan nggak masuk. Aku ga tau sih, walaupun ada kita bisa ngelak karena nggak ada peraturan. Karena selama ini yang dipotong ya hanya penghasilan yang sehubungan dengan jasa atau pekerjaan, Kalau *cashback* inikan transaksional ya, bukan dari pekerjaan atau jasa, makanya kalau transaksi ga ada enggak bisa dipotong sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Kantor Pelayanan Pajak tempat kedudukan PT Bukalapak hanya menjelaskan perihal kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi oleh perusahaan saja, tidak untuk penggunaannya. Padahal mereka telah memenuhi dua syarat untuk menjadi Wajib Pajak yaitu syarat subjektif dan objektif. Hal tersebut dapat dikatakan merupakan *potensial loss* bagi negara. Narasumber DJP yaitu ET

menanggapi kembali mengenai hal tersebut, ET mengatakan bahwa peraturan pajak atas transaksi *cashback* bukanlah suatu wacana yang baru di Indonesia.

“...Setauku di pasal 4 ayat 2 dia ada hadiah undian, kalau yang 23 inikan gini bunga, royalti, dividen, hadiah dan penghargaan dia merupakan objek PPh 23 kalau untuk WP Badan sedangkan kalau untuk OP dia emang objek PPh 21. Jadi kalau asumsi sementara WP itu tidak mengetahui bahwa *cashback* tidak termasuk bagian dari hadiah kalau menurut saya untuk *platform* sebesar itu seharusnya bukan suatu wacana yang baru sih sebenarnya.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Pengguna dari *platform* Bukalapak yaitu JT pun menjelaskan bahwa sampai saat ini atas *cashback* yang didapatkannya, tidak dikenakan PPh.

“Ngga dikasih tau kalau kena pajak. Kalo dikenakan pajak itukan mungkin juga yang sudah punya NPWP ya, saya kan masih mahasiswa ya belum punya penghasilan sendiri.” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui video call whatsapp).

Terlepas dari pendapat Wajib Pajak yang belum mengetahui pengenaan pajak atas transaksi *cashback*. Berdasarkan analisis peneliti, apabila ditinjau dari

definisi penghasilan menurut pasal 4 ayat 1 UU PPh Undang-Undang No. 36

Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1983

tentang Pajak Penghasilan maka *Cashback* dapat dikatakan sebagai penghasilan.

Semua unsur telah dipenuhi yaitu (1) *Cashback* dapat menambah kemampuan

ekonomis, (2) *Cashback* dapat diterima atau diperoleh WP dalam jangka waktu

tertentu, (3) *Cashback* berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia, (4)

Cashback dapat dipakai untuk konsumsi maupun yang dipakai untuk menambah

harta, sesuai dengan yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *cashback* dapat

dipergunakan untuk kegiatan konsumsi (*consumption*), tabungan (*saving*) dan

investasi, (5) *Cashback* berupa uang tunai, poin, *voucher*, maupun barang

memenuhi unsur penghasilan dengan nama dan dalam bentuk apapun, sejatinya

penghasilan tidak memnadang bentuk dan jenis melainkan tambahan kemampuan ekonomisnya.

IV.2.2 Alternatif sistem pemajakan yang sesuai diterapkan dalam transaksi *cashback* di Indonesia

Sistem pemungutan pajak adalah sebuah cara yang digunakan untuk menghitung besarnya pajak seseorang yang harus dibayar kepada negara yang ditempatinya. Pada dasarnya terdapat tiga sistem atau cara yang dipergunakan untuk menentukan siapa yang menghitung dan menetapkan jumlah pajak yang terutang oleh seseorang. Tiga sistem pemungutan pajak terdiri atas *Official Assesment System*, *Self Assessment System*, dan *Withholding Tax System*.

Penentuan teknik pemungutan pajak sangat penting bagi pelaksanaan pajak penghasilan atas transaksi *cashback*. Dari ketiga teknik pemungutan pajak telah dikonfirmasi dalam wawancara bahwa terdapat dua teknik pemungutan pajak yang dapat digunakan yaitu *self assessment* atau *withholding tax*. Sebelum menentukan sistem pemungutan pajak terlebih dahulu kelima narasumber mengidentifikasi siapa seharusnya yang melakukan perhitungan dan pemotongan pajak penghasilan *cashback*. FA mengatakan, “Kami mengharapkan bahwa itu nanti mekanismenya *self-assessment* jadi dari Wajib Pajak sendiri harus melaporkan berapa *cashback* yang mereka terima sepanjang tahun.” Sedangkan pemungutan pajak yang tepat dikenakan bagi pelaksanaan PPh *cashback*, menurut ET bahwa pemungutan pajak menggunakan *withholding* dapat diterapkan untuk memungut pajak penghasilan *cashback*, “Jadi inikan masih *issue*-nya ya, ini apakah ada usulan mungkin bisa di-*withholding*, biasanya kita bilang untuk

meningkatkan kepatuhan kita pakai *withholding tax* aja kita minta tolong dari yang pemberi penghasilan untuk melakukan pemotongan,” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *video call whatsapp*). FA berpendapat bahwa,

“Saya masih berpendapat ini tidak cocok kalau di-*withholding*, langsung dipotong sama yang berpenghasilan. Bisa jadi yang menerima anak-anak gitu kan yang tidak berpenghasilan atau penghasilannya masih dibawah PTKP, PTKP kita sekarang tinggi loh 4.500.000, sebenarnya walaupun dengan *cashback*-nya itu juga belum nyampe PTKP, makanya itu kan ga cocok jadinya kalau mereka dipotong-potong jadi lebih bayar. Ya negara kan tujuan pajak bukan untuk ngisi kas aja tapi juga untuk keadilan juga redistribusi. Masa sih orang yang belum mampu bayar pajak udah harus dikenakan pajak. Dan kalau di-*withhold* apakah akan menimbulkan keadilan atau tidak begitu, jangan2 *cashback*-nya jatuhnya akan ke orang2 yang ga wajib kena pajak akan ngumpulin uang ke negara aja, ga adil. Apalagi dengan rezim sekarang, dia ga punya NPWP karna penghasilannya belum PKP tapi harus sudah dipotong yang terjadi apa. Mereka akan dipotong 100%, udahnya mereka harusnya ga dipotong pajak, trus dipotong 2x lipat lagi. Dan saya berfikirnya akan lebih bagus, agak longshort banget kecuali penghasilan pekerja yang rutin langsung dipotong pemberi kerja. Tapi yang kecil2 gini ya udah harusnya secara self ada kesadaran dari WP untuk melaporkan jadi meminimalisir *withhold* yang jadi *noise* di perpajakan.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Permasalahan atau *issue* yang dimaksud oleh SS berawal karena adanya kemungkinan penerima *cashback* adalah orang-orang yang belum berpenghasilan tetap atau masih dibawah umur, sehingga belum memiliki NPWP dan tidak diwajibkan untuk melaksanakan kewajiban perpajakan. Apabila pemajakan atas transaksi *cashback* menggunakan sistem pemungutan *withholding tax*, hal tersebut akan menjadi masalah bagi Wajib Pajak karena apabila Wajib Pajak tersebut dipotong pajak dan tidak memiliki NPWP, dalam ketentuan PPh Pasal 21 akan dikenakan sanksi berupa kenaikan 20% lebih tinggi dari tarif normal, lalu untuk yang dipotong pungut PPh Pasal 23 maka akan dikenakan kenaikan 100%

lebih tinggi dari tarif normal. Hal tersebut justru akan memberatkan bagi WP.

Berdasarkan pemaparan masalah yang dikemukakan diatas, ET mengatakan,

“Kalau saya pribadi maksudnya gini dengan kesadaran akan perpajakan WP Indonesia bisa dibidang rendah, maka sebenarnya untuk efektivitas dalam pelaksanaan pemungutan penerimaan negara maka menggunakan *withholding tax*, karena kenapa dengan tingkat pendidikan masyarakat Indonesia saat ini, kewajiban perpajakan, terus sistem kita yang belum memadai untuk melakukan pengawasan kalau saya pribadi *withholding tax* lebih efektif dibanding *self assessment system*.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Tanggapan berbeda dari RR terhadap pendapat yang menyatakan bahwa apabila kewajiban dalam melakukan pemotongan pajak diserahkan kepada *platform* justru akan mengurangi minat pengguna untuk bertransaksi pada *platform* Bukalapak serta meninjau dari ketidaksiapan *platform* dalam mengimplemetasikan peraturan tersebut. Rizal Rahadian mengungkapkan

“Tapi kalau kaya gitu, kalau dibuatkan peraturan misal *cashback* harus dipotong nanti susahnya dikita sih di *platform*-nya ya, ya kalau ada yang baru kalau memang dibuat dengan aturan setiap bagus tapi harus dipotong itu nanti susah. Sebenarnya efeknya panjang kalau benar-bener direalisasikan *platform* yang mungut ya, yang pertama belum ada sosialisasi juga, yang kedua aku ngerasanya *platform* juga ngga siap buat mengaplikasikan peraturan tersebut, yang ketiga ada efek samping misal nanti suruh minta NPWP kan, lalu akhir tahun si WP dimintain surat cinta dari KPP kalau ada penghasilan itu efeknya akan mengurangi *cans* nya untuk bertransaksi di Bukalapak akhirnya mereka pindah ke instagram, ke facebook kemana yang mereka *platform-platform* yang sangat sulit dilacak. DJP harus mempertimbangkan itu. (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 27 Mei melalui *zoom meeting*).

Dari sisi pengguna (*user*) atau konsumen JT justru mendukung pemotongan pajak menggunakan *withholding*, JT menjelaskan alasannya,

“Yang pertama itu harus ada pihak ketiga yang memotong, yang kedua siapa yang nanti setor dan lapor, jelas ya pihak ketiga juga. WP yang menerima penghasilan kewajibannya hanya lapor aja kalo pernah nerima *cashback*, lalu untuk kewajiban 3M nya ya bendahara pemotong. Kalo menurut saya ini *withholding*. Sekarang juga sudah ada Perpu No 1 Tahun

2020, disitu diatur bahwa pemerintah menarik pajak digital namanya PMSE apa saluran eletronik gitu, makanya kenapa sekarang lagi ramai spotify, netflix bisa dipungut karena ada dasar hukumnya sekarang. Makanya saya rasa bisa sih *cashback*.” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui video call whatsapp).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kelima narasumber maka peneliti melakukan analisis dan evaluasi bahwa penerapan *withholding tax* bagi pajak penghasilan transaksi *cashback* dapat diterapkan dan akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya namun, ada beberapa permasalahan yang harus diperhatikan. sebagaimana yang diungkapkan oleh ERselaku narasumber pada Subdirektorat Pemotongan dan Pemungutan pada Direktorat PPh II DJP mengungkapkan bahwa, ketika isu mengenai pengenaan pajak atas transaksi *cashback* menggunakan *withholding tax* maka akan menimbulkan pertanyaan mengenai saat terhutangnya PPh atas transaksi *cashback*, hal tersebut karena transaksi *cashback* di dalam suatu platform melalui 3 tahapan yakni, pada saat *cashback* tersebut diklaim (diakui) oleh pengguna, pada saat *cashback* tersebut masuk ke dalam saldo akun pengguna pada suatu platform dan pada saat *cashback* tersebut dicairkan (dipindahkan ke rekening bank pengguna), ET menjelaskan bahwa,

“Ketika dia sudah masuk saldo, sebenarnya itu sudah dianggap sebagai penghasilan, tapi posisinya ketika ini ada isu potput titik potputnya dimana, apakah pada saat dicairkan atau baru diberikan saldo? Jadi kalau memang dia objek potput saya tekankan lagi untuk keamanan *safety* perusahaan dia hendaknya melakukan potput diawal sebagai alokasi dari biaya. Jadi jumlah yang diberikan ke penerima adalah sejumlah nilai yang bersih sudah bebas dari biaya PPh, kenapa seperti itu karena nanti ketika ada pencairan *cashback* tidak perlu ada lagi pemotongan PPh perusahaan bahwa dia ada beban pemotongan terhadap saldo yang sudah berpindah ke penerima *cashback*.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui zoom meeting).

Pernyataan yang diungkapkan GF ternyata sesuai dengan keinginan dari salah satu narasumber yaitu GF selaku pengguna (*user*) yang pernah melakukan pencairan *cashback*. Sebagai seorang Wajib Pajak GF menyarankan agar pemotongan pajak atas transaksi *cashback* dilakukan oleh *platform* sebelum *cashback* tersebut berpindah tangan kepada pengguna.

“Tapi itu seandainya langsung dipotong sama perusahaan apa ngga bisa ya? jadi kita dapet bersih gitu. Kalau menurut saya lebih enak begitu.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

Sehubungan dengan hal tersebut, untuk keamanan (*safety*) perusahaan, maka otoritas pajak menyarankan untuk dilakukan pemotongan dan pemungutan *cashback* terlebih dahulu sebelum diserahkan kepada pengguna, sehingga jumlah yang diberikan ke penerima adalah sejumlah nilai yang bersih sudah bebas dari biaya PPh. Hal tersebut dirasa jauh lebih aman dan tidak menimbulkan resiko bagi perusahaan kedepan, karena ketika ada pencairan *cashback* tidak perlu ada lagi pemotongan PPh perusahaan, saldo yang diberikan ke pengguna adalah sejumlah nilai bersih sehingga konsumen tidak perlu bingung atau komplain apabila saldonya terpotong secara tiba-tiba untuk pembayaran PPh *cashback*.

RR selaku narasumber yang bekerja pada *platform* Bukalapak menyatakan pendapat yang hampir sama terkait saat terutangnya PPh atas transaksi *cashback*.

Akan tetapi, RR menekankan tentang kadaluwarsa (*expired date*) penggunaan *cashback* di *platform* Bukalapak, adanya kemungkinan *cashback* tersebut tidak bisa digunakan untuk transaksi kembali apabila telah melewati batasan yang ditetapkan oleh Bukalapak. Maka dari itu, dapat dikatakan pengguna tidak

memanfaatkan *cashback* yang dimiliki, sehingga RR lebih setuju saat terutangnya pajak adalah setelah *cashback* digunakan atau telah menjadi aset pengguna.

“Setelah itu digunakan sih menurutku, sebelum digunakan itu masih mengendap walaupun dapetnya 50juta belum jadi penghasilan kita sih. Karena itu akan menjadi penghasilan ketika itu sudah menjadi aset milik kita. Sedangkan, kalau di Bukalapak kan ada masa *expired*-nya ya, kalau *expired* kan ngga jadi penghasilan kita. Pokoknya kalau belum dibelanjakan belum bisa disebut penghasilan menurutku.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Setelah dikonfirmasi mengenai saat terutangnya pajak atas transaksi *cashback*, pihak terkait dikonfirmasi kembali perihal konsep pengenaan PPh atas transaksi *cashback*. Seperti yang diketahui dalam sistem PPh terdapat 2 konsep yaitu PPh yang bersifat final dan tidak final. ET menjabarkan sesuai dengan PER-11/PJ/205 tentang pengenaan pajak atas hadiah dan penghargaan bahwa,

“Kalau menurutku nggak final, karena kan nanti gini kalau yang final itu hanya berupa hadiah dari undian. Inikan bukan dari hadiah undian ya, tapi atas kegiatan tertentu yang dilakukan oleh pengguna, Sesuai PER 11 Tahun 2015 kalau di pasal 3 kan ditulis kalau hadiah dari kegiatan tertentu dia dikenakan PPh pasal 21 untuk WPOP Dalam Negeri, pasal 23 WP Badan termasuk BUT, pasal 26 WPLN diluar BUT mungkin sifatnya final, karena dia bisa jadi kredit pajak di negara domisili yang disana seperti itu. Jadi, kalau semisal dikenakan final gak tepat sebenarnya. Kecuali kalau perusahaan ngasih *cashback* lalu prasyarat semua sudah dipenuhi penggunanya lalu diambil satu baru bisa masuk ke hadiah undian gitu sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

HR selaku narasumber pada Subdirektorat PPh Badan Direktorat Pajak Penghasilan II DJP, menjelaskan lebih lanjut bahwa *cashback* digolongkan ke dalam hadiah sehubungan dengan kegiatan. HR memiliki alasan mengenai hal tersebut, yang diungkapkan dalam pernyataannya sebagai berikut,

“Kalau aku mengatakan ini berhubungan dengan kegiatan, dia ada kegiatan dan usaha yang dilakukan. Usahanya apa, dia harus ada minimal pembelian sekian, sekarang misalkan aku belanja lalu aku harus belanja minimal

50.000 baru dapat *cashback* sekian, tapi kalau untuk tertentu misal 20.000 aku nggak dapat *cashback*. Nah disitu usahain harus belanja 50.000 dulu baru dapat *cashback* sekian.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Implementasi PPh Final atau Non-Final kerap kali bersinggungan dengan konsep mengenai sistem pajak lainnya. Setidaknya, terdapat dua konsep pajak yang memiliki keterhubungan dengan implementasinya yaitu konsep *global taxation* dan konsep *schedular taxation*. Kemudian melalui wawancara dengan FA di konfirmasi tentang konsep pajak dalam penerapan PPh *cashback* yaitu.

“Mungkin kalau sekarang dijadikan satu dengan unsur penghasilan yang lain, mungkin di kolom penghasilan lain-lain di SPT Tahunan ya yang termasuk objek pajak, itu kan nanti jadi *taxable income* ya otomatis.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

ET selaku pelaksana kebijakan DJP berpendapat sama yaitu,

“Di PER 11 Tahun 2015 diklausul terakhir dijelaskan tidak dikenakan potpot diatas kalau hadiah tersebut diberikan kepada pembeli, istilahnya tidak dikenakan PPh tapi tetap harus dilaporkan ke dalam SPT Tahunan.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan analisis peneliti konsep *global taxation* dan *schedular taxation* memiliki karakteristik dan cara penerapan yang berbeda serta kelebihan dan kekurangannya masing-masing, untuk pemajakan *cashback* konsep pemajakan yang paling tepat adalah menggunakan konsep *schedular taxation*. Penerapan *schedular taxation* membuat penghasilan dikenai pajak tersendiri dengan tarif pajak yang dapat berbeda meskipun diterima oleh WP yang sama (Plasschaert, 1988). Kategorisasi ini juga menyebabkan adanya prosedur dan tata cara penghitungan, pelaporan, dan pemungutan pajak yang berbeda untuk tiap kategori penghasilan. Misalnya, untuk beberapa kategori penghasilan berlaku *withholding*

system sebagai tata cara pemungutan pajaknya. Sementara itu, untuk kategori penghasilan lainnya dengan cara melaporkan Surat Pemberitahuan Pajak (SPT) berdasarkan *self-assessment system* (DDTC News, 2020). Hal tersebut sesuai dengan pengenaan pajak *cashback* yang memiliki perbedaan, terdapat *cashback* yang dikenakan pajak menggunakan sistem pemotongan dan terdapat *cashback* yang kewajibannya hanya dilaporkan dalam SPT.

Berkaitan dengan konsep tersebut maka teknik pemungutan yang yang tepat yaitu dengan memberikan kewajiban menghitung dan membayar PPh *cashback* kepada perusahaan (*platform*). Penerapan *withholding tax* membuat kewajiban perpajakan pengguna (*user*) transaksi *cashback* akan lebih mudah terlaksana. Terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi penerapan *withholding tax atas* pajak penghasilan transaksi *cashback*, Pertama, karena perusahaan bertugas selaku penyedia *cashback* dianggap mengetahui penghasilan yang diterima oleh setiap pengguna-nya. Alasan selanjutnya adalah karena minimnya kesadaran dan pengetahuan pengguna terkait kewajiban perpajakan apabila harus dilakukan sendiri-sendiri. Ketiga, sistem perpajakan di Indonesia yang belum memadai untuk dilakukannya pengawasan. Mekanisme *withholding tax* akan meningkatkan tingkat kepatuhan Wajib Pajak, asumsi meningkatkan kepatuhan WP contohnya kurang lebih terdapat 50 juta *pengguna (user)* pada *platform* Bukalapak melalui proses pelaporan yang dilakukan para pengguna tersebut akan meningkatkan kepatuhan formil. Sesuai dengan contoh kepatuhan formil dari Rahayu (2013:138) misalnya ketentuan batas waktu penyampaian Surat Pemberitahuan Pajak Penghasilan (SPT PPh) Tahunan tanggal 31 Maret. Apabila Wajib Pajak telah

melaporkan Surat Pemberitahuan Pajak (SPT PPh) Tahunan sebelum atau pada tanggal 31 Maret maka Wajib Pajak telah memenuhi ketentuan formal.

Peningkatan kepatuhan formil tersebut menimbulkan utang pajak material.

Rosidana dan Irianto (2014:122) mengemukakan bahwa timbulnya utang pajak

terbagi menjadi dua aliran yaitu paham formal dan paham material. Paham

material artinya utang pajak timbul karena terpenuhinya *tatbestand*, artinya

ketentuan dalam undang-undang terpenuhi tanpa harus menunggu fiskus

menerbitkan surat ketetapan pajak, WP sudah harus membayarkan pajak

terutang. Teori tersebut sejalan dengan Teori menurut Rosdiana dan Irianto

(2014:109) penerapan *withholding tax* akan mengurangi *administrative cost*.

Pengurangan *administrative cost* dari pihak fiskus terjadi karena peran pihak

ketiga dalam hal ini perusahaan sangat kuat sehingga membuat fiskus cukup fokus

pada pengawasannya saja. Dari sisi pengguna akan mengurangi *time cost* mereka

sehingga mereka tidak perlu mengeluarkan waktu untuk mengisi formulir-

formulir perpajakan, tidak perlu mengeluarkan waktu untuk melakukan

perhitungan, penyetoran, hanya perlu melakukan pelaporan. Terakhir para

pengguna tidak akan merasakan ketakutan terkait kewajiban perpajakan

sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, karena hal tersebut sudah dilakukan

oleh perusahaan hal ini berhubungan dengan *psychological costs*. Atas

peningkatan kepatuhan tersebut berdampak juga pada penerimaan negara. Artinya

teori Rosidana dan Irianto (2014:109) yang mengatakan bahwa penerapan

withholding tax langsung dilakukan ketika WP mendapatkan penghasilan terbukti

dapat meningkatkan penerimaan pajak yang tinggi adalah sesuai apabila *withholding* diterapkan bagi pajak penghasilan atas transaksi *cashback*.

IV.2.2.1 Perhitungan Pajak Penghasilan atas Transaksi *Cashback*

1. Tarif pajak

Tarif pajak merupakan suatu presentase tertentu yang digunakan untuk menghitung besarnya Pajak Penghasilan. Resmi (2014:14-16) menjelaskan bahwa terdapat beragam jenis tarif pajak di Indonesia yang terdiri atas tarif tetap, tarif proporsional (sebanding), tarif progresif (meningkat) dan tarif regresif (menurun).

Atas hadiah atau penghargaan perlombaan, penghargaan dan hadiah sehubungan dengan pekerjaan, jasa, dan kegiatan lainnya sesuai dengan PER-11/PJ/2015 dikenakan PPh dengan ketentuan yaitu (1) dikenakan PPh pasal 21 sebesar tarif PPh pasal 17 Undang-undang PPh, bila penerima Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri, (2) dikenakan PPh pasal 26 sebesar 20% (duapuluh persen) dari jumlah bruto dengan memperhatikan ketentuan dalam Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda yang berlaku, bila penerima Wajib Pajak Luar Negeri selain BUT, dan (3) dikenakan PPh pasal 23 sebesar 15% (lima belas persen) dari jumlah penghasilan bruto, bila penerima Wajib Pajak badan. Berdasarkan beberapa tarif tersebut FA mengungkapkan tanggapannya mengenai pengenaan tarif PPh *cashback* apabila yang menerima Wajib Pajak Orang Pribadi,

“Ya, masuk ke PPh pasal 17 tarifnya progresif, jadi gini kalau umpamanya pakai rezim normal jadi tambahan penghasilan ya tergantung pada braket ke berapa, apakah braket 5%, 15% atau 25% atau 30% nah kalau untuk orang-orang kaya ya mereka dapat *cashback* ya kena 30% ya kalo kalangan bawah tarif efektifnya berapa tergantung tingkat penghasilannya.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

ET selaku pelaksana subdirektoat PPh Pemotongan dan Pemungutan di Pajak Penghasilan II sependapat dengan penjelasan dari BA, ia menambahkan,

“Pertama, kalau PPh pasal 21 dia sebagai hadiah atau penghargaan yang diterima Orang Pribadi tarifnya sesuai PPh pasal 17 dikali jumlah bruto. Pasal 17 pun nanti berjenjang tergantung dia besarnya seperti apa, kalau yang PPh pasal 23 dan 26 kan dia tunggal. Kecuali yang PPh 26 ada P3B, kalau ada P3B kan dia mengikuti P3B seperti yang diatur dalam PER 35 PJ 2013.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Kepada *platform* Bukalapak di konfirmasi melalui wawancara dengan RR perihal tarif PPh *cashback*. Beliau mengatakan,

“Kalau menurutku sih ini kah katanya hadiah sehubungan dengan kegiatan ya, tarifnya pake *progresif* pake pasal 17, karena secara perundangan itu kan kalau sehubungan dengan kegiatan pajaknya *progresif*.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan sebelumnya saat aparaturnya pajak mengarahkan *pengguna* transaksi *cashback* untuk menerapkan mekanisme perhitungan pajak sesuai dengan PER-1/PJ/2015 tarif *progresif* sesuai dengan tingkat penghasilannya sebagaimana diatur dalam PPh Pasal 21 menggunakan tarif Pasal 17. Saat ini, jenis tarif *progresif* dianggap lebih tepat dibandingkan dengan tarif lainnya, kecuali dalam hal penerima penghasilan adalah WP Badan atau BUT dan WPLN maka menggunakan tarif pajak tetap sesuai dengan PPh pasal 23 dan PPh pasal 26. Penerapan tarif *progresif* menimbulkan keadilan bagi pengguna khususnya Wajib Pajak Orang Pribadi karena pajak dikenakan berjenjang tergantung dengan besaran penghasilan yang dimilikinya. Lalu, besaran tarifnya lebih kecil daripada tarif tetap sehingga terjadi keadilan dalam pembebanan pajak tetap akan tercapai dalam *progressive rate*.

2. Dasar Pengenaan Pajak

Dasar Pengenaan Pajak (DPP) dibutuhkan untuk menghitung besarnya tarif pajak yang harus dibayarkan setiap tahunnya. DPP merupakan komponen perhitungan pajak. Secara garis besar DPP adalah nilai berupa uang yang dijadikan sebagai dasar untuk menghitung pajak yang terutang. Kemudian ketika dikonfirmasi perihal DPP yang digunakan dalam perhitungan pajak atas transaksi *cashback*. Menurut ET selaku Subdirektorat pemotongan dan pemungutan PPh menyatakan DPP *cashback* yaitu “Pakai bruto, tidak termasuk PPN.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*). Penjelasan otoritas pajak tersebut sesuai dengan PER-11/PJ/2015 bahwa dasar pengenaan dan pemotongan pajak hadiah dan penghargaan tersebut sehubungan dengan kegiatan, dibedakan terbagi menjadi tiga yaitu PPh Pasal 21 PPh Pasal 23, dan PPh Pasal 26 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Dasar Pengenaan Pajak hadiah dan penghargaan yang diatur dalam PER-11/PJ/2015

No	Jenis Pajak	Perhitungan
1.	<u>PPh Pasal 21</u> Dalam hal penerima penghasilan adalah orang pribadi WP dalam negeri.	Tarif pasal 17 UU PPh x Jumlah Bruto Dengan tarif PPh Pasal 17 sebagai berikut: Sampai dengan Rp50.000.000 5% Di atas Rp50.000.000-Rp250.000.000 15% Di atas Rp250.000.000-Rp 500.000.000 25% Di atas Rp 500.000.000 30%
2.	<u>PPh Pasal 23</u> Dalam hal penerima penghasilan adalah WP badan termasuk Bentuk Usaha Tetap (BUT).	Tarif 15% x Jumlah Bruto.

3.	PPh Pasal 26 Dalam hal penerima penghasilan adalah WP luar negeri selain Bentuk Usaha Tetap (BUT)	Tarif 20% x Jumlah Bruto Dengan memerhatikan ketentuan dalam Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda yang berlaku.
----	---	--

Sumber: www.klikpajak.com, 2018.

Penggunaan DPP berdasarkan jumlah bruto tersebut juga dikonfirmasi kepada DA selaku konsumen, DA menyatakan DPP yang digunakan dalam perhitungan pajak atas transaksi *cashback* tidak lain adalah nilai *cashback* itu sendiri.

“Jika diterapkan, maka jenis penghasilan yang dapat dikenakan pajak yaitu adalah segala bentuk jenis *cashback* dan diskon itu sendiri dengan DPP nilai *cashback* atau diskon tersebut atau DPP nilai lain jika *cashback* atau diskon tidak diberikan dalam bentuk uang.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 13 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Namun, pendapat lain diungkapkan oleh GF selaku konsumen yang pernah melakukan pencairan transaksi *cashback*, GF menyatakan DPP yang seharusnya digunakan dalam perhitungan adalah jumlah netto.

“Menurut saya penghasilan bersih (netto) yang tepat dikenakan atas penghasilan *cashback*.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Dilain pihak yaitu RR selaku Tax Analyst Bukalapak, menyatakan bahwa penggunaan DPP baik netto maupun bruto tidak memiliki perbedaan. RR menyatakan bahwa,

“Nanti kalau *cashback* itu bruto dan netto nya dimana ya, karena menurutku bruto dan netto nya akan sama sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan pemaparan dari narasumber-narasumber diatas, peneliti menganalisis bahwa baik DPP bruto maupun netto memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Apabila dijadikan sebagai dasar adalah

penghasilan neto maka terdapat pengurangan-pengurangan sehingga akan mencerminkan beban pajak yang lebih adil karena pajak dikenakan atas jumlah penghasilan sesungguhnya yang harus dikenakan pajak dan menimbulkan beban pajak yang kecil.

Mengacu pada DPP dalam PER-11/PJ/2015 yang dapat diterapkan untuk menghitung pajak penghasilan *cashback* yaitu dengan menggunakan jumlah penghasilan bruto. Penggunaan DPP dengan jumlah bruto memiliki kelebihan yaitu dapat memberikan kemudahan perhitungan pajak penghasilan dari para pengguna transaksi *cashback*. Apabila menggunakan DPP dari jumlah bruto maka pengguna hanya perlu melakukan pencatatan atas *cashback* yang pernah ia dapatkan selama bertransaksi di *platform-platform* tersebut.

3. Biaya Yang Dapat Dijadikan Pengurang dalam Perhitungan Pajak Penghasilan *Cashback*.

Berdasarkan Undang-Undang PPh pasal 6 terdapat biaya-biaya yang dapat dijadikan pengurang dari penghasilan bruto. Pengurang tersebut dapat diakui apabila biaya digunakan dalam rangka mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan. Sebagai narasumber perwakilan dari instansi yang bertugas dalam perumusan kebijakan pajak FA memaparkan biaya-biaya yang ia ketahui dikeluarkan oleh perusahaan/pengguna untuk memberikan atau mendapatkan *cashback* yang ia ketahui, ia menyatakan bahwa,

“Kalau menurut saya *cashback*-nya sendiri sudah masuk dari transaksi ya. Kalau biaya-biaya untuk ngambil *cashback*-nya saya gak kepikiran sih ada biaya apa aja. Kalaupun ada biaya bisa aja diakui untuk menjadi tambahan biaya.” FA (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Berdasarkan pemaparan yang disampaikan FA terkait biaya-biaya yang dapat dikurangi, beliau tidak mengetahui biaya apa saja yang dapat dikurangi dan biaya yang tidak dapat dikurangi dalam perhitungan PPh atas transaksi *cashback*.

Selanjutnya, dikonfirmasi kepada konsumen perihal biaya yang ia keluarkan selama menjadi *user yang pernah mencairkan cashback* dalam platform Bukalapak, GF menyatakan,

”Menurut saya tidak ada biaya yang dikeluarkan sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

GF mengungkapkan bahwa selama melakukan transaksi, tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan *cashback*. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa DPP yang digunakan dalam perhitungan PPh *cashback* adalah jumlah bruto sehingga tidak diperlukan adanya pengurang biaya dari nilai transaksi tersebut. Kemudian RR mengungkapkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh *platform (perusahaan)* dalam memberikan *cashback* adalah,

“*Cashback* itu sendiri adalah biaya mbak, jadi masuk ke biaya promosi sih atau *marketing expenses*.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Dari sisi DJP sebagai eksekutor kebijakan perpajakan HR menjelaskan biaya-biaya yang ia ketahui dikeluarkan oleh perusahaan/pengguna untuk memberikan atau mendapatkan *cashback*. HR mengatakan biaya-biaya yang dapat dikurangi dari penghasilan bruto yaitu,

“Kalau pada prinsipnya kalau yang 3M bisa, pada prinsipnya kalau ya sesuai undang-undang PPh kalau dia berhubungan dengan 3M ya bisa dibiayakan.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan UU Pasal 6, dalam perpajakan biaya-biaya yang dapat diperbolehkan untuk dijadikan pengurang (*deductible expenses*) untuk

menghitung penghasilan netto adalah biaya-biaya yang memiliki hubungan langsung dengan penghasilan yang diterima atau diperoleh WP, atau yang dikenal di Indonesia dengan istilah biaya mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan. Perpajakan juga menerapkan prinsip *substance over form*, dengan kata lain tidak menjadi masalah istilah atau nama biaya tersebut, yang terpenting hakikatnya dari biaya tersebut yaitu untuk apa biaya tersebut dikeluarkan.

Berdasarkan hasil wawancara, pandangan BKF sebagai perumus kebijakan dan pengguna sebagai pihak yang menerima *cashback* menyatakan tidak ada biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan *cashback* tersebut, dan juga DPP yang digunakan dalam *cashback* sendiri merupakan jumlah bruto sehingga tidak diperlukan adanya pengurangan biaya dalam melakukan perhitungan pajaknya. Selanjutnya dari perusahaan sebagai pihak yang memberikan *cashback*, berdasarkan hasil wawancara yang sudah dipaparkan sebelumnya bahwa *cashback* itu sendiri merupakan biaya yang dapat dikategorikan sebagai biaya promosi (*marketing expenses*). Dengan demikian, hal tersebut sesuai dengan pasal 6 ayat 1 huruf a No 7 yang berbunyi:

“Biaya promosi atau penjualan yang diatur dalam PMK No 104 Tahun 2019 disebut sebagai biaya yang secara langsung atau tidak langsung berkaitan dengan kegiatan usaha maka hal tersebut dalam dibiayai.”

Maka dalam hal ini, *cashback* merupakan suatu bentuk promosi yang dapat dibiayai (*deductible*) oleh perusahaan-perusahaan penyedia *cashback*, karena promosi termasuk kedalam kegiatan 3M.

4. Perhitungan Pajak atas Transaksi *Cashback*

1) Kendala Dalam Pelaksanaan Perhitungan Pajak Atas Transaksi *Cashback*

Pelaksanaan kewajiban perhitungan pajak atas transaksi *cashback* dapat dilakukan oleh Wajib Pajak atau oleh *platform* selaku pihak ketiga. Berbicara mengenai hal tersebut RR sebagai Tax Analyst Bukalapak menjelaskan kendala yang timbul apabila mekanisme pembayaran PPh atas *cashback* diserahkan kepada Wajib Pajak.

“Kendala perhitungan kalau itu ga dicatet oleh Wajib Pajak mereka pasti akan lupa, karena bentuknya kan perintilan ya. Misal 1 tahun mereka bertransaksi *cashback* 100 kali, mereka harus catet dan itu akan jadi susah. (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Berdasarkan penjelasan RR tersebut, beliau mengatakan bahwa terdapat kemungkinan Wajib Pajak bisa mempunyai akun diberbagai *platform*, akan mengalami kesulitan dalam melaksanakan penghitungan nilai *cashback* yang sebenarnya. Terlebih jika dalam tahun berjalan sebagian *cashback* sudah dipergunakan atau dicairkan. JT sebagai konsumen menyatakan pendapat yang sama terkait kendala perhitungan pajak atas transaksi *cashback*, yaitu

“Kendala jelas tapi kan disitu ada sisi *significant economy*/aktivitas ekonomi yang signifikan disitu. Tapi memang sudah kewajiban dari *platform* nya ya untuk motong kalo memang disitu aktivitas ekonominya dia meningkat. Gini ya kalo kewajiban pajak dilakukan oleh WP, mungkin dia akan inget kalo penghasilan yang dia miliki hanya penghasilan rutin kaya gaji gitu. Tapi apakah konsumen akan inget *cashback* yang dia pakai di SPT Tahunan berapa, iya kalo dia transaksinya di satu *platform*, kalo banyak gimana. Itulah kenapa harusnya solusinya pakai Final lebih mudah, biar WP juga ga usah capek buat bayar. (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui video call whatsapp).

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara diatas permasalahan yang dialami oleh pengguna adalah kesadaran pengguna dalam melakukan pencatatan jumlah *cashback* yang diterima dari berbagai *platform* penyedia *cashback* yang dimilikinya, misalkan saja dalam setahun pengguna dapat melakukan puluhan

bahkan ratusan kali transaksi di berbagai *platform e-commerce*. Hal tersebut akan menyulitkan apabila pengguna lupa untuk melakukan pencatatan. Minimnya kesadaran tersebut, berdampak pada kemampuannya dalam pemenuhan kewajiban perpajakan. Dari sisi lain, DA sebagai konsumen menguraikan pandangan berbeda mengenai kendala perhitungan *cashback* apabila mekanisme pembayaran PPh atas *cashback* diserahkan kepada *platform* (pihak ketiga).

“Menurut saya, kendala yang akan timbul dalam perhitungan atas penghasilan *cashback* adalah data Wajib Pajak. Sebab PPh Final menghendaki adanya identitas Wajib Pajaknya. Sehingga masalah administrasi identitas akan menyulitkan pihak ketiga dalam melakukan pemotongan atau pemungutan pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 13 April melalui *video call whatsapp*).

DA mengatakan bahwa kendala perhitungan dalam pelaksanaan perhitungan pajak atas transaksi *cashback* telah terjadi sejak awal, apabila mekanisme perhitungan menggunakan *withholding tax* nantinya pengguna (*user platform*) diminta melampirkan NPWP pada pendaftaran akun, RR dari Bukalapak juga mengatakan demikian bahwa,

“Menurutku sih NPWP perlu untuk penjual karena dia akan mendapatkan perlakuan lebih. Tapi kalau *cashback* kan yang memanfaatkan si pembeli ya, itu masih belum perlu pakai NPWP sih karena akan sulit di *platformnya*, karna kaya gini lo sebenarnya *e-commerce* itu kaya pasar, kita menyediakan tempat untuk jual beli, dan bantu mengiklankan produknya untuk bisa dibeli secara global an diketahuin oleh orang-orang umum yang awalnya ga ngerti jadi ngerti sebenarnya kaya pasar kan, kita yang nyediain lapak silahkan jualan disini, kalau *platform* ini sebenarnya ada cara lain untuk mendapatkan penghasilan dari situ, itu dari komisi, tapi konsepnya sama kaya pasar tradisional atau mall konsepnya sama kaya tradisional.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Selain hal tersebut, permasalahan selanjutnya adalah anggapan dari pihak perusahaan bahwa apabila kewajiban perhitungan diserahkan kepada *platform* hal

tersebut dapat menimbulkan permasalahan dalam permintaan data identitas pajak pengguna berupa NPWP, ketidaksiapan suatu *platform* untuk menggunakan sistem tersebut yang menjadi alasan kendala perhitungan PPh *cashback*.

5. Penyetoran Pajak atas Transaksi *Cashback*

Prosedur penyetoran dalam penelitian ini berkaitan dengan orang yang bertanggung jawab dalam melakukan penyetoran, tempat, jangka waktu, dokumen serta dan langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam melakukan penyetoran pajak. Pihak yang bertanggung jawab dalam melakukan penyetoran pajak penghasilan *cashback* menurut ER “*pihak ketiga ya.*” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*). RR selaku narasumber dari perusahaan mengatakan,

“*User* mbak sebagai Wajb Pajaknya, mereka yang mendapatkan penghasilan. Jadi kalau menurutku gabisa *diwithhold*, karena intinya ketika tidak dipakai belum jadi penghasilan otomatis kan perpajakannya ada di pihak Wajib Pajak, si *platform* tidak ada sangkut pautnya, karena akan susah sih menurutku.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa yang berkewajiban dalam melakukan perhitungan dan penyetoran pajak penghasilan *cashback* dilakukan oleh pihak ketiga yaitu *platform* tempat pengguna tersebut menerima *cashback*. *Withholding tax* dapat diterapkan bagi pajak penghasilan transaksi *cashback* didukung oleh pernyataan dari Darussalam dan Septriadi (2006:28) menjelaskan bahwa *withholding tax* secara tradisi hanya diterapkan terhadap pemotongan atas gaji, bunga dan deviden, kemudian diperluas untuk memotong penghasilan dari jasa profesional, sewa dan terhadap semua penghasilan dari usaha lainnya. Teori tersebut

mengandung pernyataan bahwa penyetoran pajak *cashback* dapat dilakukan oleh pihak ketiga. Sebagai suatu objek pajak yang belum banyak diketahui regulasinya oleh Wajib Pajak, FA menyatakan terkait waktu dan tempat penyetoran pajak bagi Wajib Pajak dalam melakukan pembayaran *cashback*, ia menjelaskan,

“Kan udah ada tuh ya sebelum tanggal 10. Kapan harus bayar itu saat penghasilan itu diterima. Jadi, ikutin ketentuan umum aja dulu seperti itu aja gitu.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Peraturan Dirjen No. PER-31/PJ/2015 tentang tata cara pemotongan telah mengatur bahwa jangka waktu pembayaran dan penyetoran yang dilakukan oleh Penyelenggara undian atau penghargaan wajib Menyetor PPh yang telah dipotong dengan menggunakan Surat Setoran Pajak (SSP) ke Bank Persepsi atau Kantor Pos paling lambat tanggal 10 bulan takwim berikutnya setelah bulan saat terutangnya Pajak (secara kolektif). Selanjutnya ET dari sisi DJP mengungkapkan pendapatnya bahwa,

“Kalau di *withholding-in* sesuai PER-11 ya, itu paling lambat tanggal 10 bulan berikutnya sejak terutangnya pajak. Terus bayarnya bisa ke bank atau kantor pos, terserah WP aja” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Terkait tempat penyetoran saat ini DJP juga telah menjelaskan bahwa tempat pembayaran dan penyetoran pajak dapat dilakukan melalui layanan pada loket atau *teller* dan layanan dengan menggunakan sistem elektronik lainnya pada bank persepsi/pos persepsi/bank devisa/bank persepsi mata uang asing atau layanan dengan menggunakan. Serta, jangka waktu, tempat dan alat yang digunakan dalam penyetoran pajak tetap mengikuti ketentuan yang sudah ada

diundang-undang. Terkait dokumen yang dibutuhkan dalam penyetoran pajak, FA mengungkapkan bahwa,

“Kalau *cashback*, sebenarnya kalau kita tau dari aplikasi-aplikasi di *handphone* kita inikah ada catatan-catatannya kan ya, ada riwayat transaksinya, dari situ ajasih.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Kemudian terkait dokumen dalam penyetoran pajak bagi pajak penghasilan transaksi *cashback*, RR mengatakan bahwa,

“Dokumennya bawa riwayat transaksi akan rancu, misal dia beli barang ada komponen *cashback*nya atau ngga, mungkin kalau di struk atau di *invoice* ada tertera *cashback* itu masih bisa dibawa sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Dari sisi konsumen GF mengungkapkan bahwa,

“Menurut saya, bukti penghasilan atas transaksi yang berasal dari aplikasi *cashback* tersebut.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

Dokumen merupakan bukti yang dapat digunakan untuk melakukan penyetoran pajak *cashback*. Peneliti menganalisis berdasarkan jawaban beberapa narasumber tersebut maka dokumen yang harus di isi apabila melakukan penyetoran secara manual adalah Surat Setoran Pajak (SSP). Terdapat beberapa identitas yang harus di cantumkan dalam SSP yaitu Nomor Pokok Wajib Pajak, nama dan alamat Wajib Pajak, kode akun pajak dan kode jenis setoran, uraian pembayaran, masa dan tahun pembayaran, nomor ketetapan (hanya diisi untuk pembayaran Surat Tagihan Pajak atau Surat Ketetapan Pajak), jumlah pajak yang akan dibayarkan dan terbilangnya, tanggal penyetoran pajak, terakhir nama dan tandang tangan penyetor pajak. Dokumen lain yang harus dipersiapkan adalah

bukti penghasilan atau *invoice* yang tercantum nominal *cashback* dalam bukti tersebut dan dapat pula berupa riwayat transaksi.

1) Kendala Dalam Pelaksanaan Penyetoran Pajak Atas Transaksi *Cashback*

Sebagaimana yang sudah dipaparkan di atas, bahwa terdapat banyak cara dan tempat yang dapat digunakan dalam memenuhi kewajiban perpajakan berupa pembayaran atau penyetoran pajak. Semua prosedur penyetoran pajak didesain sedemikian rupa untuk mempermudah Wajib Pajak sehingga dapat meminimalisir kendala dalam pelaksanaannya. Berkaitan dengan kendala bagi pihak yang bertransaksi *cashback* dalam melakukan penyetoran berikut adalah tanggapan dari para narasumber. ET berpendapat tidak ada kendala, beliau mengungkapkan

“Nggak ada kendala sih menurutku, kan yang potput *platform*-nya kan? Kalau saya cenderungnya pertransaksi sih, asumsi dia masuk obyek pemotongan PPh pasal 21, nanti untuk pemotongannya itu kan ada kewajiban perusahaan untuk membuat bukti potong ya, pada saat pembuatan bukti potong mau diakumulasi atau pertransaksi itu sudah merupakan kebijakan dari perusahaan. Tapi kalau untuk pemotongannya alangkah lebih baiknya itu kalo dikenakan dia pertransaksi seperti itu, takutnya gini kala misalkan kita dapet duit misal dikasi 500 tapi ko tiba hilang tinggal 450. Nanti kan semacam ada komplain kan dari penerimanya, kecuali kalo diawal dikasi 90, 90, 90 itu lebih tidak menimbulkan permasalahan bagi perusahaan itu sendiri karena nanti konsumen tidak ada komplain. (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

FA mengungkapkan hal yang berbeda, sebagaimana yang dikemukakan ET selaku eksekutor kebijakan. FA melihat dari pandangan lain dan mengusulkan suatu mekanisme yang bertujuan untuk dilakukannya pengecekan data nominal *cashback* yang disetor oleh Wajib Pajak dengan data penghasilan DJP yang didapatkan dengan cara melakukan pertukaran data dari *platform* (pihak ketiga).

“Ya itu dia harus ada penguatan di kredit pajaknya. Harus ada mekanisme gimana caranya data-data *cashback* itu bisa dicatat atau bisa diperoleh

otoritas pajak. Tapi saya yakin kalau otoritas ga punya datanya ga mungkin dilaporin. dan sebenarnya juga nanti bisa ditanyakan ke DJP bagaimana sih caranya DJP kira-kira bisa ga menerima data untuk konfirmasi atau dilakukan rekonsiliasi data dengan laporan dari Wajib Pajak. Umpamanya bisa ga dari DJP melakukan pertukaran data atau bisa memperoleh data mengenai berapa jumlah *cashback* yang diberikan oleh OVO, Gojek, Kartu kredit, mungkin juga sama pengusaha-pengusaha *property* gitu kan, terus bagaimana mereka mentreat *cashback* itu. Jangan-jangan mereka cuma bilang apakah *cash* dari yang bisnisnya mengakui sebagai pemberian ataukah sebagai pengurangan dari penghasilannya aja. Nah itu tadi kalau bisa mendapat datanya itu kita bisa *flashback* dengan data yang diterima DJP.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Berdasarkan berbagai jawaban yang dikonfirmasi dari hasil wawancara.

Peneliti menganalisis bahwa dari pihak instransi pemerintah yaitu BKF mengatakan bahwa permasalahan yang akan timbul adalah dari sisi Wajib Pajak itu sendiri, Wajib Pajak tidak akan membayar/melaporkan pajaknya apabila otoritas pajak melalui DJP tidak memiliki data penerimaan *cashback* tersebut.

Terdapat pula usulan dari Badan Kebijakan Fiskal mengenai mekanisme yang bertujuan untuk dilakukannya pengecekan data nominal *cashback* yang disetor oleh Wajib Pajak dengan data penghasilan DJP yang didapatkan dengan cara melakukan pertukaran data dari *platform* (pihak ketiga). Ketika dikonfirmasi mengenai usulan pihak BKF tersebut, ET selaku pelaksana subdirektorat PPh

Pemotongan dan Pemungutan di DJP menyatakan sebagai berikut,

“Setau saya kita sudah pernah membicarakan, di PMK dia salah satu yang wajib menyerahkan data. Misal kaya pembayaran OVO, Go-Pay dia regulatornya BI, jadi ini sebenarnya kita sudah melakukan pembicaraan, apakah nanti permintaan data itu kita ajukan ke BI atau ke WP langsung.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

HR selaku pelaksana subdirektorat PPh Badan di DJP menambahkan pernyataan tersebut yaitu,

“Nambahin ya kalau data dari pihak ketiga emang itu udah ada amanah dari PP No. 10 Tahun 2016 dan sudah tertuang dari PMK 29 Tahun 2016 ada 67 ILAP yang diwajibkan memberikan data dan informasi. Awalnya sih ini instansi lembaga atau asosiasi pokoknya pihak ketiga wajib memberikan data karena instruksi dari presiden awalnya PP berturun2 ke PMK gitu. Kebetulan karna PMK ini udah berlaku, tapi kalau masalah data bukan di kami kan ada di direktorat lain, yaitu direktorat pengolahan data dan informasi pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Usulan tersebut ditanggapi oleh pihak otoritas, bahwa Direktorat Jendral

Pajak telah menerapkan mekanisme pertukaran data tersebut sebagaimana instruksi Presiden (Inpres) No. 10 Tahun 2016, dalam upaya mencegah dan memberantas korupsi. Presiden menaruh perhatian sangat besar dalam bidang penerimaan negara dengan memfokuskan kegiatan aksi melalui reformasi tata kelola pajak dan optimalisasi penerimaan pajak, terdapat tiga program implementasi aksi kaitannya dengan bidang perpajakan, yaitu: (1) Pertukaran Data dan Informasi Perpajakan, (2) Konfirmasi Status Wajib Pajak, dan (3) Integrasi Data Keuangan.

Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) telah mengatur, kewajiban pemberian data dan informasi kepada Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Hal ini sebagaimana tertuang dalam Pasal 35 dan 35A, dimana setiap instansi pemerintah, lembaga, asosiasi, dan pihak lain (ILAP), wajib memberikan data dan informasi yang berkaitan dengan perpajakan kepada Direktorat Jenderal Pajak. Diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 31 Tahun 2012, jenis data dan informasi yang disampaikan kepada DJP berupa data dan informasi yang berkaitan dengan kekayaan atau harta dan utang yang dimiliki, penghasilan

yang diperoleh atau diterima dan biaya yang dikeluarkan dan/atau yang menjadi beban, transaksi keuangan, dan kegiatan ekonomi orang pribadi atau badan.

Terdapat 67 (enam puluh tujuh) ILAP yang telah diwajibkan memberikan data dan informasi perpajakan sebagaimana Peraturan Menteri Keuangan tentang Rincian Jenis Data dan Informasi serta Tata Cara Penyampaian Data dan Informasi yang Berkaitan dengan Perpajakan yang telah diubah lima kali, terakhir dengan Peraturan Menteri Keuangan No. 39/PMK.03/2016. Dengan data dan informasi ini diharapkan dapat mendukung pencapaian penerimaan pajak. Data dan informasi hasil pertukaran dengan ILAP terkait ini sangat penting digunakan dalam pengawasan dan pemeriksaan dalam kepatuhan atas kewajiban perpajakan WP. Akan tetapi, yang sangat disayangkan bahwa ketentuan tersebut terlihat belum merata diterapkan kepada semua pihak. Tanggapan dari RR selaku Tax Analyst Bukalapak atas kebijakan pertukaran data tersebut sebagai berikut

“Gapernah ada sih pertukaran data *cashback*, biasanya konfirmasi aja sih ke penjual, itu mereka lagi diperiksa kaya mereka lapor ada penjualan di Bukalapak sebesar ini nah itu nanti akan dikonfirmasi sama DJP ke Bukalapak, mereka ngirim surat biasanya terus nanti dicetakin rekapan penjualannya, nanti ketahuan kan *username*-nya siapa. Kalau pertukaran dapet imbalan kaya *cashback* atau data *user* ga ada sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

RR mengatakan bahwa selama ini perusahaannya belum pernah diminta untuk melakukan pertukaran data mengenai jumlah *cashback* atau data pengguna (*user*). RR mengaku hanya pernah diminta data mengenai total penjualan *seller* pada Bukalapak. Ketika ditanya mengenai kemungkinan pertukaran data *cashback*, RR mengatakan,

“Kita ga catet mbak, gatau sih disistem ya itu *engineer* yang ngerti. Tapi setauku kita ngga catet. Tapi kalau misal ada datanya ya kita kasih, kalau ga

ada ya apa yang mau dikasih mungkin gitu.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Seperti dalam *platform* Bukalapak, sepanjang yang diketahui oleh narasumber bahwa selama ini mereka tidak pernah melakukan pencatatan *cashback* yang diberikan kepada pengguna. Akan tetapi, apabila memiliki data tersebut pihak ketiga bersedia untuk melakukan pertukaran data selama terdapat peraturan yang jelas.

6. Pelaporan Pajak Penghasilan atas Transaksi *Cashback*

Sama halnya dengan prosedur penyetoran pajak yang telah dipaparkan sebelumnya. Penelitian ini juga menyajikan mengenai prosedur pelaporan pajak yang tepat dilakukan untuk pemajakan atas transaksi *cashback*. Prosedur pelaporan pajak berkaitan dengan orang yang bertanggung jawab dalam melakukan pelaporan, tempat, jangka waktu, dokumen serta dan langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam melakukan pelaporan pajak. Wajib Pajak yang bertanggung jawab dalam melakukan pelaporan pajak menurut FA yaitu “Wajib pajak yang cairin *cashback* mbak.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*). ET mengungkap hal yang sama dengan penjelasan FA. Menurutnya ET mengatakan,

“Yang punya tugas buat lapor pajak ya Wajib Pajaknya sendiri. Mekanisme *withholding* kan hanya dalam rangka memotong dan menyetorkan, bukan dalam rangka melaporkan. Yang dilaporkan oleh *platform* kan bahwa sudah dia sudah memotong penghasilan si A. Ini daftarnya, Ini bukti potongnya gitu. Ketika nanti si A lapor ada bukti potongnya. Kalau untuk pelaporan SPT Tahunan itu bukan tanggung jawab si perusahaanya. Pelaporan itu kewajiban yang melekat pada Wajib Pajak, bukan pihak lain yang menanggung itu.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Berikut adalah tanggapan RR perihal pihak yang bertanggung jawab dalam melakukan pelaporan pajak atas pajak penghasilan transaksi *cashback*,

“Menurutku sih sebagai WP, tapi mungkin agak susah ya. Mereka juga belum tentu lapor *cashback* menurutku.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

JT mengemukakan pendapatnya terkait pihak yang bertanggung jawab dalam melakukan pelaporan pajak atas pajak penghasilan *cashback* sebagai berikut, “Ya orang-orang yang wajib bayar pajak, harusnya konsumen. Tapi untuk mempermudah ya *platform* itu tadi.” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui video call whatsapp).

Berdasarkan konfirmasi dalam wawancara yang dilakukan dengan beberapa narasumber, peneliti menganalisis bahwa setiap Wajib Pajak mempunyai kewajiban yang melekat dan tidak dapat digantikan oleh orang lain yaitu dalam hal pelaporan pajaknya, meskipun sistem pemungutan pajaknya dilimpahkan kepada pihak ketiga atau dengan menggunakan *withholding tax*. *Withholding tax* hanya dapat diterapkan dalam rangka perhitungan, pemotongan dan penyetorannya bukan dalam pelaporan pajak atas Wajib Pajak tersebut. Kemudian mengenai waktu dan tempat pelaporan yang ideal bagi pajak penghasilan atas transaksi *cashback*. Berikut adalah tanggapan ET mengenai hal tersebut “Ya sesuai ketentuan sih, tanggal 20 bulan berikutnya paling lambat, kalau tempatnya ke KPP tempat pemotong terdaftar.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Jangka waktu pelaporan tetap mengikuti tanggal yang telah diatur oleh PMK-22/PMK.03/2008 berikut adalah rinciannya:

Tabel 4.4 Jangka Waktu Pelaporan Pajak

No	Jenis Setoran	Dilapor Paling Lama
1.	PPH Pasal 4 ayat (2) yang dipotong oleh pemotong Pajak Penghasilan	Dua puluh hari setelah akhir Masa Pajak
2.	PPH Pasal 4 ayat (2) yang harus dibayar sendiri oleh Wajib Pajak	Dua puluh hari setelah akhir Masa Pajak
3.	PPH Pasal 21 yang dipotong oleh Pemotong PPh	Dua puluh hari setelah akhir Masa Pajak

Sumber : Data diolah penulis, 2020

Berdasarkan penjelasan tabel tersebut dapat diketahui bahwa menggunakan *withholding tax* atau *self assessment* tanggal pelaporan pajak bagi pengguna transaksi *cashback* sama yaitu dilaporkan paling lama dua puluh hari setelah akhir Masa Pajak dan tidak ada aturan khusus atau tanggal pelaporan khusus bagi suatu profesi. Selanjutnya RR menambahkan bahwa tempat pelaporan bisa dimana saja dengan menggunakan pelaporan elektronik yaitu e-filing. Penggunaan e-filing menurutnya sudah yang paling mudah digunakan, ia mengatakan,

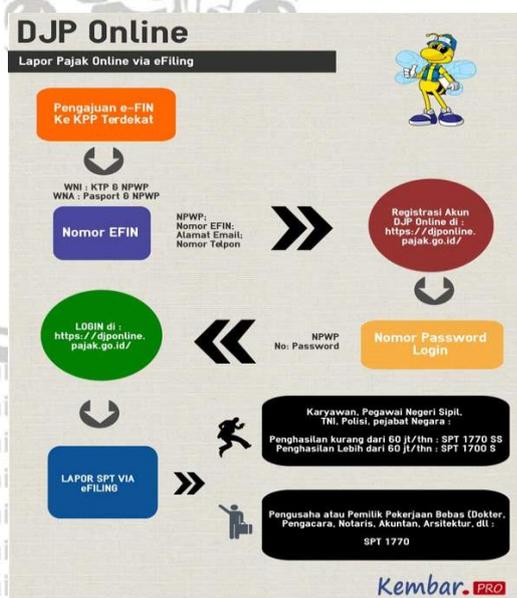
“Pake e-filing itu gampang banget.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Tempat pelaporan pajak bagi pengguna transaksi *cashback* mengikuti ketentuan perpajakan yang saat ini berlaku, sebagaimana yang diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang KUP yang dikutip oleh Suharsono (2015:89) bahwa pelaporan atau penyampaian SPT oleh Wajib Pajak dilakukan di KPP, namun terdapat tempat lain sebagaimana yang diatur oleh Dirjen Pajak yaitu dapat dilakukan secara langsung, melalui pos dengan bukti pengiriman surat, atau dengan cara lain, melalui jasa ekspedisi atau jasa kurir dengan bukti pengiriman e-filing. Tempat pelaporan pajak lainnya sebagaimana di konfirmasi oleh narasumber bahwa melaporkan pajaknya dapat secara efisien menggunakan e-filing. E-filing

adalah cara pelaporan SPT Pajak yang dilakukan secara elektronik atau *online* melalui *website* Direktorat Jenderal Pajak (DJP Online), maupun melalui saluran e-filing resmi lain yang ditetapkan pemerintah. Penggunaan e-filing dalam melaporkan pajak memiliki beberapa manfaat diantaranya sangat mudah dilakukan, aman dan dapat dilakukan dimana saja. Tahapan-tahapan yang harus dilakukan pengguna untuk menggunakan e-filing terlebih dahulu adalah datang ke

KPP untuk di buatkan nomor e-fin, kemudian melakukan registrasi *online* di *website* pajak.go.id, login, merubah *password* dan melakukan pelaporan.

Berdasarkan kelebihan-kelebihan tersebut membuat e-filing menjadi alat pelaporan yang ideal untuk digunakan oleh Wajib Pajak. Selanjutnya, disajikan gambar 4.7 yang menggambarkan langkah-langkah pelaporan pajak menggunakan e-filing yaitu:



Gambar 4.9 Tata cara pelaporan pajak menggunakan e-filing

Sumber : DJP Online, 2018

Kemudian terkait dokumen pelaporan ET mengungkapkan bahwa,

“Paling NPWP sama bukti potong aja. Kan Wajib Pajak yang terima *cashback* harusnya dapet itu bukti potong dari *platformnya* karena pajaknya udah dibayarin. (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Dilain pihak BKF mengatakan bahwa,

“Bukti-bukti penghasilan *cashbacknya* itu. Tapi menurut saya bukti penghasilan dari DJP sih yang akan kasi tau ke WP, bahwa mereka punya *cashback* segini udah dilaporin belum.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Keputusan Direktur Jendral Pajak KEP-214/PJ/2001 telah mengatur dokumen-dokumen yang harus di persiapkan dalam Surat Pemberitahuan

Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak Orang Pribadi khususnya yang menyelenggarakan pembukuan dan pencatatan. Pada pasal 3 KEP-214/PJ/2001 tertulis bawah. Keterangan atau dokumen yang harus dilampirkan pada SPT

Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi yang menyelenggarakan pembukuan adalah:

1. Neraca dan Laporan Labar Rugi Tahun Pajak yang bersangkutan dari Wajib Pajak itu sendiri beserta rekonsiliasi fiskalnya.
2. Daftar perhitungan penyusutan dana tau amortisasi fiskal.
3. Perhitungan kompensasi kerugian dalam hal terdapat sisa kerugian tahun-tahun sebelumnya yang masih dapat dikompensasikan.
4. Surat Setoran Pajak Pajak Penghasilan Pasal 29 yang seharusnya dalam hal terdapat kekurangan pajak yang terutang, kecuali ada izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran Pajak Penghasilan Pasal 29.

5. Surat Kuasa Khusus dalam hal Surat Pemberitahuan Tahunan ditandatangani oleh bukan Wajib Pajak, atau Surat Keterangan Kematian dari instansi yang berwenang dalam hal tandatangani oleh Ahli Waris.

6. Fotocopi formulir 1721-A1 dan atau 1721-A2, dalam hal Wajib Pajak menerima penghasilan sehubungan dengan pekerjaan yang sudah dipotong pajaknya oleh pemberi kerja.

7. Perhitungan Pajak Penghasilan yang terutang oleh masing-masing pihak bagi Wajib Pajak yang kawin dengan perjanjian pemisahan harta dan penghasilan.

8. Daftar susunan keluarga uang menjadi Wajib Pajak

9. Bukti setoran zakat atas penghasilan yang dibayar oleh Wajib Pajak orang pribadi pemeluk agama Islam kepada badan amil zakat atau lembaga amil zakat yang dibentuk dan disahkan oleh Pemerintah.

10. Lampiran-lampiran lainnya yang dianggap perlu untuk menjelaskan perhitungan besarnya penghasilan kena pajak atau besarnya Pajak Penghasilan

Pasal 25.

Berikutnya Pasal 4 dari KEP-214/PJ./2001 menjelaskan dokumen yang harus dilaporkan dalam Pembertahunana Pajak Penghasilan Wajib Pajak Orang

Pribadi yang menyelenggarakan pencatatan adalah:

1. Jumlah peredaran atau penerimaan bruto sebulan selama setahun
2. Keterangan dan atau dokumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf d sampai dengan huruf j.

Peneliti menganalisis bahwa dokumen yang seharusnya dipersiapkan yaitu bukti setoran pajak yang telah dibayarkan setiap bulannya, kelenhkanan yang

dapat menjelaskan identitas dari WP khususnya pengguna dan pencatatan atau pembukuan yang dilakukan pengguna transaksi *cashback*.

1) Kendala dalam pelaksanaan Pelaporan Pajak

FA selaku perencana kebijakan mengemukakan pendapatnya mengenai kendala dalam melakukan pelaporan pajak atas transaksi *cashback*. FA mengatakan,

“Ya dari WP nya sendiri sih, mereka ingin ga melaporkan jumlah pajaknya dengan benar, kedua mereka cukup rajin ga untuk kumpulin bukti-bukti penghasilan *cashback*nya itu. Memang ini sesuatu yang jadi satu masalah mengenai bagaimana caranya pemerintah bisa mendapatkan data dari pihak swasta, tapi kalau yang berhubungan dengan pemerintah itu bisa kita pakai yang namanya pertukaran data atau kewajiban pertukaran data dll. Contoh DJP minta data ke BI, ke pemda juga bisa. Tapi memang kalau untuk yang pihak swasta ini ada kendala, mereka kadang mikir kenapa harus bantu pemerintah nanti untungnya buat perusahaan apa, sedangkan kalau sama-sama pemerintah itu lebih masuk akal kan untuk kepentingan bersama juga. Nanti coba ditanyain ke DJP sih bisa ga umpamanya *platform* menyediakan data itu, lalu dari otoritasnya akan memberikan kemudahan umpamanya restitusi PPNnya dipercepat, lalu mereka dapet kemudahan pemeriksaan karna WP Patuh. biasanya kalau WP Patuh kan dapet kemudahan misal dipercepat proses pemeriksaannya, pengembalian pajaknya dipercepat, dan lain-lain.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Berdasarkan pemaparan dari narasumber yang sudah disajikan sebelumnya Peneliti menganalisis bahwa salah satu faktor yang menjadi kendala dalam pelaksanaan pelaporan pajak transaksi *cashback* adalah kesadaran dan keinginan WP dalam melaporkan jumlah pajaknya dengan benar. Yang kedua, mengenai dokumen sebaai bukti untuk melaksanakan kewajiban pelaporan pajak penghasilan *cashback* tersebut. Kemudian terkait hal tersebut, langsung dikonfirmasi kepada DJP. ET menyatakan bahwa,

“Ohh jadi kaya tukeran benefit gitu ya? gimana ya kayanya gabisa spesifik kaya gitu sih, emang udah ketentuannya kalau mereka bisa kasih data. Jadi kita kan emang instansi vertikal ya, kalau data bisa didapet dari kantor pusat dengan ILAP tadi nanti data akan diturunkan terus ke KPP kan nah dri KPP baru melajjukan fungsi pengawasan dari kantor pusat kan. Jadi KPP itu kan yang melaksanakan fungsi di lapangan ya dia bisa dapet data sendiri secara horizontal dengan meminta data bisa juga dapet secara vertikal contohnya data ILAP tadi, data ILAP tadi inikahn akan diolah dan akan diteruskan untuk masing-masing KPP untuk melakukan pengawasan lebih lanjut terkait dengan kebenaran pemenuhan kewajiban perpajakan atas transaksi-transaksi tadi.” Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*)

Sedangkan dari sisi *platform* Bukalapak, RR mengungkapkan tanggapannya mengenai hal tersebut.

“Bener sih mbak, emang kita ga akan dapet apa-apa, Kaya contohnya di Bukalapak itu ada fitur nya lo buat bayar pajak kayak PPh PPN yang pake billing dan emang kita ga dapet apa-apa sih dari DJP, kita cuman manfaatin itu buat naikin *growth* transaksi kita. *Fund racingnya* ya gitu kalau di Bukalapak.”

Dari sisi *platform* (pihak ketiga), kendala terlihat dari keinginn *platform* guna mendapatkan keuntungan apabila mereka bersedia melakukan pertukaran data untuk dilakukan *cross check* mengenai data pelaporan WP dengan pihak *platform*. Perusahaan *platform* merasa bahwa pertukaran data tersebut tidak memberikan banyak keuntungan bagi mereka.

7. Sanksi dan denda administrasi

Sebagaimana yang diketahui bersama bahwa Indonesia merupakan negara hukum artinya terdapat peraturan-peraturan resmi dari pemerintah yang harus dipatuhi oleh seluruh masyarakat Indonesia. Apabila peraturan-peraturan tersebut tidak di taati maka orang maupun suatu kelompok tersebut akan menerima sanksi, begitu pula dengan pajak. Pada penelitian kali ini akan menyajikan pemaparan

dari beberapa narasumber terkait sanksi atau denda apabila tidak melakukan kewajiban perpajakannya. FA menyatakan bahwa,

“Ada harusnya sanksi, kaya ketentuan biasa aja, tapi nanti yang jadi pertanyaan jalan engga itu sanksi atau dendanya, jangan sampai malah memberatkan juga sih. Udah dapet cashbacknya ga seberapa kan, dikenain pajak terus dapet sanksi lagi”. (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Dilain pihak, ET mengemukakan bahwa pengenaan sanksi dan denda yang tepat adalah,

“Kita kan ada UU material dan formal kalau UU formalnya kita ada PPh kalau materialnya ada KUP. kalau misalkan ada pajak yang tidak dibayar nanti akan ada sanksi dan denda, kalo nanti ngga lapor nanti ada sanksi denda administrasi untuk ngga lapor SPT.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

JT selaku pengguna (user) mengatakan,

“Sanksi sama dendanya ngikutin KUP aja sih, soalnya KUP kan induk peraturan perpajakan sanksinya ya 2% misal telat setor 2% telat lapor. Kalo final ya ya” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Menurut analisis peneliti mengacu kepada penjelasan sebelumnya, bahwa perhitungan dan penyetoran pajak atas transaksi *cashback* menggunakan mekanisme *withholding tax* dimana kewajiban tersebut berada pada pihak ketiga selaku penyelenggara hadiah atau penghargaan yang melakukan pemotongan dan/pemungutan atas transaksi tersebut, lalu untuk kewajiban pelaporan hal tersebut melekat kepada Wajib Pajak selaku penerima penghasilan. Apabila *platform* (pihak ketiga) terlambat dalam melakukan pembayaran dan melapor maka dikenakan sanksi berupa bunga. Jika bunganya sebesar 2% setiap bulannya

untuk masa pajak, maka perusahaan akan menerima sanksi tersebut dalam bentuk Surat Tagihan Pajak.

Begitu pula dengan yang diberikan kepada pengguna, yang perlu diingat bahwa di dalam pemajakan atas transaksi *cashback* yang diberikan kepada semua konsumen akhir tanpa diundi pada saat proses jual beli maka pengguna hanya diwajibkan untuk melaporkan pajak, dan apabila pengguna tersebut mengalami keterlambatan penyampaian SPT Tahunan maka sesuai dengan pasal 9 UU KUP No 28 Tahun 2009 ayat (2b) dikatakan Wajib Pajak yang baru membayar pajak setelah jatuh tempo penyampaian SPT Tahunan akan dikenakan denda sebesar 2% per bulan yang dihitung sejak berakhirnya batas waktu penyampaian SPT sampai dengan tanggal pembayaran, dan bagian dari bulan dihitung secara penuh satu bulan.

IV.2.3 Sistem pemajakan yang mendorong terwujudnya *cooperative compliance* di Indonesia sesuai dengan model kepatuhan *Australian Tax Office (ATO)*

a. Pemahaman mengenai paradigma *cooperative compliance* dan penerapannya di Indonesia

Kepatuhan pajak menjadi hal yang krusial dalam upaya peningkatan penerimaan pajak. Saat ini telah berkembang paradigma baru kepatuhan pajak yaitu paradigma *cooperative compliance*. Salah satu negara yang telah mengadopsi *cooperative compliance* adalah Australia, hal tersebut terlihat ketika otoritas pajak Australia yaitu *Australian Taxation Office (ATO)* mengadopsi *enforcement pyramid approach* ke dalam model kepatuhan pajaknya (*Australian Compliance Model*) (ATO Gov, 2019). *Enforcement pyramid approach*

digambarkan dalam suatu piramida yang memetakan dan menggolongkan WP menjadi empat tingkat beserta strategi pelayanan yang berbeda-beda tergantung motivasi dari WP tersebut (Simanjuntak dan Mukhlis, 2012).

Tingkatan paling dasar dalam piramida ATO adalah tingkatan dengan bidang terbanyak, memuat kelompok WP yang bersedia melaksanakan kewajiban perpajakannya secara benar sehingga *treatment* yang diberikan ATO berupa kemudahan dan pelayanan yang prima. Sedangkan, tingkatan paling atas merupakan tingkatan dengan bidang tersedikit memuat kelompok WP yang telah memutuskan untuk tidak patuh maka akan diterapkan penegakan hukum berupa pemeriksaan dan pengawasan (Pohan, 2017). Segmentasi tersebut ternyata menjadi salah satu rumus dasar dari tingginya kepatuhan pajak di Australia (Tambunan, 2018). Berdasarkan hal tersebut, bukan tidak mungkin bahwa Indonesia juga bisa mengadopsi paradigma *cooperative compliance* menggunakan rumus yang dilakukan Australia dalam upaya meningkatkan kepatuhan pajaknya. Ketika dikonfirmasi ke masing-masing narasumber mengenai pandangannya tentang piramida tersebut dikaitkan dengan tingkatan kepatuhan pajak di Indonesia, FA selaku analis BKF berpendapat bahwa,

“Kalau menurutku dilihat dari piramidanya ATO, WP Indonesia ada ditingkat kalau ga ketahuan ga akan lapor ya, itu banyak banget. Sebenarnya kita juga liat ya *punishment* untuk WP bandel itu udah keliatan belum sih di masyarakat terus sampel nya ke WP udah bagus belum. Kadang juga dari psikologis, ini kalau ketahuan ini mereka merasa bisa dipenjara atau apa. Harusnya harus ada *setting examples* kaya punya ATO itu memang. Sebenarnya kalau pajak itu is *not about* berapa harus bayar ke negara, tetapi lebih kepada WP bingung gimana cara ngitungnya, terus misal gatau apa-apa dibidang salah aja sama petugas pajak kan itu kan mereka mikirnya udah sesuai dengan aturan, lebih kepada men-*treat* yang tidak patuh, dan bagaimana kita menformulasikan aturan agar mudah dimengerti.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya HR selaku pelaksana bidang PPh Badan DJP berpendapat,

“Tingkatan, itu ga bisa dijustifikasi sih menurutku, bervariasi sih. Ada yang patuh, ada yang golongan strata menengah kebawah dari yang patuh sampe ga ngerti juga banyak, kalau di strata menengah keatas biasanya mereka ngerti tapi mereka mangkir juga banyak kaya gitu sih, kalau sebagian besar sih, di level kedua karena orang-orang cenderung takut sih, makanya mereka berusaha untuk *comply* begitu sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Selain dari sisi pemerintah, pandangan mengenai tingkat kepatuhan pajak juga digali dari sisi pengusaha yaitu RR selaku perwakilan Bukalapak berpendapat mengenai hal tersebut sebagai berikut,

“Sebagaimana kita tau di Indo orang-orang menganggap pajak itu bukan taat tapi takut, mereka taat karena takut. Kan nyebutnya orang bijak bayar pajak ya, karena pajak itu efeknya kedepan, kita bayar pajak memanfaatkan jalan, jembatan dll itu ga akan mempengaruhi mereka sih menurutku, mereka akan takut kalau ada hukuman didenda atau dipidana. Yang patuhpun mereka takut sebenarnya bukan karna mereka bijak kalau menurutku, karna siapa sih yang rela bayar pajak. tidak ada orang yang sukarela untuk sesuatu hal yang tidak pasti sih menurutku.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Berbicara mengenai kepatuhan pajak, sudah menjadi isu yang terus berkembang dalam reformasi perpajakan di Indonesia, reformasi pajak membutuhkan suatu paradigma baru berupa kerangka kepatuhan pajak berbasis *enhanced relationship* yang membedakan tingkat motivasi WP sehingga

otoritas dapat memberikan *treatment* yang berbeda tergantung motivasi WP dalam memenuhi kewajiban pajaknya.. Paradigma ini dinilai tepat digunakan untuk

meredesain sistem pajak guna menjamin kesinambungan penerimaan dan kepatuhan. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, peneliti berpendapat

WP Indonesia masih merasa bahwa pajak menjadi suatu hal yang menakutkan sehingga bisa dibilang WP terpaksa dalam melakukan kewajiban pajaknya.

Kurangnya rasa percaya (*trust*) diantara otoritas dengan WP menggambarkan

bagaimana hubungan yang dijalin antara keduanya tidak baik, dalam *cooperative compliance* terdapat strategi kepatuhan yang bisa dilakukan ketika timbul permasalahan tersebut. Strategi yang dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan dan bantuan mengenai pemahaman aturan perpajakan dan prosedur administrasi yang benar (*assist to comply*). Kemudian, otoritas memberikan kepercayaan bahwa WP memiliki itikad baik sehingga diharapkan akan memberikan sentimen positif bagi WP dan membatalkan niatnya untuk menghindari pajak, sehingga kepatuhan akan meningkat (Pohan, 2017).

Setelah sebelumnya dikonfirmasi perihal posisi kepatuhan WP Indonesia di dalam piramida ATO. Selanjutnya akan dikonfirmasi terlebih dahulu mengenai pemahaman para narasumber mengenai paradigma *cooperative compliance*. FA selaku pihak yang merumuskan kebijakan pajak, menyatakan pandangannya terhadap paradigma baru tersebut,

“*Cooperative compliance is about* kalau kamu patuh kamu akan dapat *reward*, kalau kamu ketahuan curang ya kamu akan kena hukum. Tapi kalau menurut saya tanpa dikasih *reward* pun orang sudah senang ya kalau dalam pajak kan ga diganggu, sudah merasa tenang, apalagi kalau ada *reward*-nya misal ada *preference tax rate* atau seperti apa atau mereka mendapatkan kemudahan dalam pelayanan perpajakan begitu.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya menurut ET perwakilan narasumber dari Direktorat Jendral Pajak menjelaskan mengenai paradigma *cooperative compliance* beserta penerapannya di Indonesia. ET menjelaskan bahwa bentuk *cooperative compliance* terlihat dari perbedaan perlakuan (*treatment*) antara status WP Patuh dan WP tidak patuh, ET menyatakan bahwa,

“Jadi gini sebenarnya kalau *cooperative compliance* itu dalam pelaksanaannya DJP itu harus memberikan pelayanan sama kepada semua

WP, tanpa ada pembeda yang poin kedua sebenarnya kalau untuk terkait dalam hubungan kewajiban perpajakan mungkin di beberapa KPP, dia membedakan antara untuk pelayanan perpajakan WP yang patuh sama WP yang belum patuh atau tidak patuh samsek mungkin *treatmentnya* agak berbeda, kalau WP Patuh yang terjadi di lapangan beberapa kepala KPP itu memberikan perlakuan yang berbeda dia diberikan pelayanan lebih dipermudah karena kenapa? dari segi pengawasannya lebih dipermudah karena tingkat pelayanannya tinggi, mungkin gini kita memberikan *cooperative complianceny* dalam rangka gini misal PPN ya kalau untuk pelaksanaan kewajiban restitusi dia itu kan dibedakan, kalau untuk PPN itu ada kriteria WP Patuh juga kan, mungkin kita pemberian pembedanya dari segi pelayanan dalam proses kemudahan administrasi ya. Misalkan tadi kemudahan administrasi restitusi, untuk WP Patuh dan memiliki kriteria tertentu dia bisa restitusi tiap bulan, seperti itu sih tapi kalau dari segi pelayanan WP sama cuman kalau untuk beberapa administrasi yang dilakukan dia agak berbeda, emang kalau untuk PPN dia ada pemberian khusus bisa restitusi di masa tertentu kan ga harus akhir tahun kan ya kalau untuk WP Patuh. Kalau untuk PPh dia lebih ke jumlah nominalnya berdasarkan kriterianya sih jadi kalau untuk restitusi untuk WP Patuh dan jumlah nominal restitusinya berapa dia diberikan kemudahan dalam berapa bulan ga sampe menunggu setahun gitu sih. Ga ada secara khusus mengatur lainnya berbeda.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Penjelasan ET terkait penerapan *cooperative compliance* di Indonesia sama dengan tanggapan dari FA selaku Analis pajak BKF, beliau menyatakan sebagai berikut,

“Setahu saya yang baru diberlakukan di DJP sih itu status WP Patuh, dia mendapat pemeriksaanya seperti apa, untuk bisa dapat pengembalian pendahuluan. Untuk yang saya tau sih seperti itu. Perlu diperhatikan juga sih di Australia sih sebenarnya *base nya* sih apakah *self assesment*? Karena kalau saya liat di Australi mereka bisa dapet semua itu, transaksi *cash register* dan meskipun dari toko-toko dipinggir jalan bisa dapet ke ATO nya. Jadi kalo masalah bank data itu udah nggak kurang lah, *cashless society* mereka udah bagus, dan sepertinya mereka itu pakai *self assesment* deh. Sebenarnya bisa sih di terapkan di Indonesia, kalau manusia itu kan memang selalu masalah *reward* dan *punishment*, contoh nya dia patuh nih tapi temennya ga patuh ga diapa-apain berarti kan ga sama ya, kalau *punishmentnya* sama2 kuat ya okelah. Kalaupun yang patuh direward, tapi yang melanggar ga di-*punish* itu juga bisa mengganggu kepatuhan, jadi sebenarnya lebih kepada menemukan formula *reward* yang baik.”

(Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Pemerintah yaitu BKF dan DJP menjelaskan bahwa penerapan paradigma

cooperative compliance sudah terlihat dari sistem pajak di Indonesia antara lain

penerapan status WP Patuh. Menurut Keputusan Menteri Keuangan No.

235/KMK.03/2003, Wajib Pajak (WP) akan dikukuhkan sebagai WP Patuh

yang bisa memperoleh pengembalian pendahuluan kelebihan dari pembayaran

pajak jika memenuhi semua persyaratan yang ada, antara lain:

1. PKP selalu tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan Tahunan dalam 2 (dua) tahun terakhir;
2. dalam kurun waktu satu tahun terakhir penyampaian SPT Masa yang terlambat tidak lebih dari 3 (tiga) masa pajak untuk setiap jenis pajak dan tidak berturut-turut;
3. SPT Masa yang terlambat, disampaikan tidak melewati batas waktu penyampaian SPT Masa pada masa pajak berikutnya;
4. tidak memiliki tunggakan Pajak untuk semua jenis pajak:
 - a. kecuali telah mendapatkan izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak
 - b. tidak termasuk tunggakan pajak yang berhubungan dengan STP yang diterbitkan untuk 2 (dua) masa pajak terakhir;
5. tidak pernah dijatuhi hukuman karena tindak pidana di bidang perpajakan dalam kurun waktu 10 (sepuluh) tahun terakhir; dan
6. dalam hal laporan keuangan diaudit oleh akuntan publik atau Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan harus memiliki pendapat wajar

tanpa pengecualian atau dengan pendapat wajar dengan pengecualian sepanjang pengecualian tersebut tidak mempengaruhi laba rugi fiskal. Laporan audit harus:

- a. disusun dalam bentuk panjang (long form report);
- b. menyajikan rekonsiliasi laba rugi komersial dan fiskal.

Perihal laporan keuangan WP yang tidak diaudit oleh akuntan public, maka WP harus mengajukan permohonan tertulis, setidaknya 3 bulan sebelum akhir tahun buku dan terdapat beberapa syarat agar WP bisa dikukuhkan sebagai WP Patuh selama memenuhi persyaratan 1 s/d 5, antara lain:

1. dalam 2 tahun pajak terakhir menyelenggarakan pembukuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 UU KUP, dan
2. apabila dalam 2 tahun terakhir terhadap Wajib Pajak pernah dilakukan pemeriksaan pajak, maka koreksi fiskal untuk setiap jenis pajak yang terutang tidak lebih dari 10%.

Benefit yang akan diperoleh oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang memenuhi persyaratan sebagai WP Patuh, yaitu PKP akan diberikan pelayanan yang khusus saat restitusi Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai dalam bentuk pengembalian pendahuluan kelebihan pajak tapan harus melakukan pemeriksaan terlebih dahulu Penetapan Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang ingin menjadi WP Patuh memerlukan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi setiap awal tahun, setiap tahunnya. Untuk WP Orang Pribadi, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memiliki kewenangan

secara jabatan (*ex-officio*) untuk menetapkan status PKP menjadi WP Patuh tanpa permohonan WP, WP Orang Pribadi tersebut memenuhi persyaratan 1 s/d 5 di atas. Selain itu, masa berlaku penetapan PKP menjadi WP Patuh berlaku untuk jangka waktu 2 tahun.

Selanjutnya, HR selaku pelaksana subdirektorat PPh Badan menambahkan pendapatnya terkait contoh penerapan *cooperative compliance* di Indonesia, menurut beliau penerapan paradigma baru tersebut juga terlihat dengan adanya pertukaran data dan/atau informasi yang dimiliki oleh pihak ketiga dalam rangka pemenuhan kewajiban perpajakan,

“Nambahin ya, mungkin penerapannya juga keliatan di bagian pengawasan, dalam rangka menjalin hubungan yang kooperatif dengan WP, kita ada permintaan data ke pihak ketiga emang itu udah ada amanah diatur dalam ketentuan berapa ya saya lupa, nanti secara tertulis aja ya. Jadi DJP punya instrumen untuk meminta penjelasan atas data dan atau keterangan kepada Wajib Pajak terhadap dugaan belum dipenuhinya kewajiban. Adapun data atau keterangan yang dimaksud adalah data yang diperoleh atau dimiliki DJP dari sistem informasi DJP, SPT WP, alat keterangan, hasil kunjungan (*Visit*), Data dari pihak instansi lembaga atau asosiasi pokonya pihak ketiga wajib memberikan data karena instruksi dari presiden. Ada 67 ILAP yang diwajibkan memberikan data dan informasi tersebut.” (*Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui zoom meeting*).

Selanjutnya, pendapat serupa mengenai penerapan *cooperative compliance* ditambahkan oleh konsumen *cashback*, GF memberikan contoh penerapan pertukaran data dan/informasi dari pihak ketiga yang telah dilaksanakan salah satunya oleh PT Pertamina di Indonesia,

“Menurut saya, untuk paradigma *cooperative compliance* ini merupakan paradigma yang baru diterapkan di Indonesia, contoh saja penerapannya oleh PT Pertamina dengan cara memberikan keterbukaan data yang merupakan implementasi paradigma berbasis kerja sama antara otoritas pajak dan pembayar pajak, penerapan hal tersebut membuat manajemen dapat mengurangi risiko bagi perusahaan, termasuk meminimalkan potensi timbulnya sengketa, dan menghindari proses pemeriksaan yang panjang

sehingga dapat menekan biaya kepatuhan WP.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Dari hasil wawancara otoritas dan pengguna tersebut diketahui bahwa

bentuk penerapan *cooperative compliance* di Indonesia juga terlihat dari adanya pertukaran data dan informasi untuk keperluan perpajakan. Mengutip Peraturan Menteri Keuangan No. 39/PMK.03/2016 tentang Rincian Jenis Data dan Informasi serta Tata Cara Penyampaian Data dan Informasi yang Berkaitan dengan Perpajakan terdapat 67 (enam puluh tujuh) instansi, Lembaga, Asosiasi, dan Pihak Lain (ILAP) yang telah diwajibkan memberikan data dan informasi perpajakan. Data dan informasi ini diharapkan dapat mendukung pencapaian penerimaan pajak.

Data dan informasi hasil pertukaran dengan ILAP terkait ini sangat penting digunakan dalam pengawasan dan pemeriksaan dalam kepatuhan atas kewajiban perpajakan WP. Sebagai contoh, pasca *tax amnesty* data dan informasi berkaitan dengan kekayaan atau harta dan utang yang dimiliki oleh orang pribadi atau badan digunakan untuk mengecek apakah masih ada harta atau utang yang belum WP laporkan dalam Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunannya. Sedangkan data dan informasi lainnya (penghasilan, biaya, transaksi keuangan, dan kegiatan ekonomi) digunakan untuk menghitung Pajak Penghasilan (PPH) terutang WP, baik melalui pengawasan oleh *Account Representative* atau pemeriksaan oleh pemeriksa pajak. Sejak tahun 2013 hingga sekarang, pertukaran data dan informasi perpajakan telah dijalankan dengan baik. Tentunya secara kuantitas jumlah data dan informasi perpajakan tersebut sangatlah besar. Banyaknya data dan informasi

perpajakan haruslah diikuti dengan peningkatan kualitas dan penguatan mekanisme pertukaran data dan informasi yang tersedia (Pajak.go.id, 2017).

b. Alternatif sistem pemajakan atas transaksi *cashback* yang mendorong peningkatan *cooperative compliance* di Indonesia (Sesuai Model Kepatuhan Pajak ATO).

Apabila pajak atas transaksi *cashback* diterapkan di Indonesia, pemerintah melalui DJP harus mampu melaksanakan upaya pengumpulan pajak. Instrumen yang digunakan dalam melakukan pengumpulan pajak adalah melalui suatu sistem pemajakan. Terdapat 2 sistem pemungutan pajak yang memungkinkan untuk diterapkan dalam pemajakan *cashback* yaitu *self assessment system* dan *withholding tax system*. *Self assessment system* menghendaki kewajiban pajak secara mandiri oleh WP, sedangkan *withholding tax system* menyerahkan kewajiban pajak kepada pihak ketiga. Pemilihan sistem pemungutan pajak sangat penting karena jika sistem tidak berjalan dengan baik maka cenderung akan menghasilkan perilaku ketidakpatuhan Wajib Pajak (Darussalam dkk., 2019).

Sampai saat ini, masih banyak terdapat kondisi-kondisi yang menggambarkan belum tercapainya keberhasilan dalam penerapan sistem pemungutan pajak di Indonesia, contohnya masih terdapat kelompok masyarakat yang masih kebingungan dalam melakukan kewajiban pajaknya, banyak ketentuan terkait pajak yang rumit dan sering berubah, serta tidak terpenuhinya hak dan kewajiban Wajib Pajak secara baik (Tarjo & Indra Kusumawati, 2006).

Maka dari itu, dalam penelitian ini akan menganalisis lebih dalam mengenai

sistem pemungutan pajak atas transaksi *cashback* yang dapat meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia sesuai model kepatuhan Pajak ATO).

Pertama-tama dilakukan konfirmasi kepada narasumber BKF mengenai pandangan beliau tentang kewajiban perpajakan para pengguna selaku WP dalam transaksi *cashback*. Seperti yang diketahui kewajiban WP terdiri dari kewajiban mendaftarkan diri, mengitung/memperhitungkan, menyetorkan, dan melaporkan pajak terutang. Pada fase pertama yaitu kewajiban mendaftarkan diri dengan cara memiliki NPWP. FA dari Analisis pajak BKF menuturkan pendapatnya mengenai hal tersebut sebagai berikut,

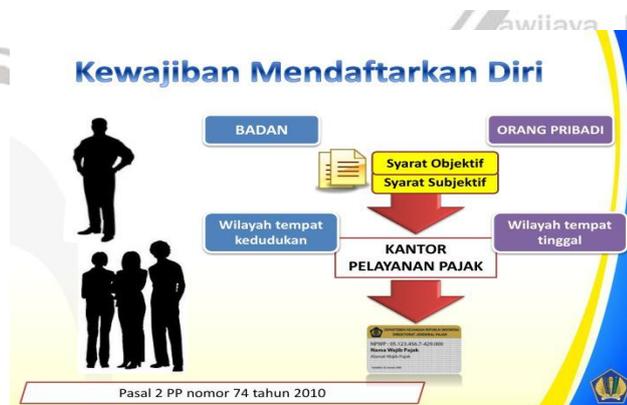
“Nah makanya itu sih lagi-lagi aku bilang kita adalah sistem *self assessment* ya tergantung WP nya mereka sadar atau engga terus mereka pikir ini material ga sih aku dapet *cashback* Rp 20.000 gitu masukin ke SPT Tahunan atau seperti apa. Jadi orang kan mikir-mikir juga material ngga sih, bisa jadi mereka mikirnya ngga ketahuan kan, tapi balik lagi namanya kewajiban perpajakan harusnya melaporkan secara lengkap dan benar. Begitu juga dari sisi otoritas pajak harusnya punya data untuk meng-*cross check* sih mba, aku gatau apakah DJP sudah punya data atau belum. Seperti untuk meng-*cross check* bupot PPh 21.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Sesuai penjelasan narasumber BKF mengenai kewajiban mendaftarkan diri bagi pengguna *cashback* bahwa di dalam Undang-undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 2 angka 1 dijelaskan bagi 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. Persyaratan subjektif berarti sesuai dengan ketentuan mengenai subjek pajak dalam UU PPh 1984 dan perubahannya, sedangkan persyaratan objektif

artinya Persyaratan bagi subjek pajak yang menerima atau memperoleh penghasilan atau diwajibkan untuk melakukan pemotongan/pemungutan sesuai UU PPh 1984 dan perubahannya.

Berikut adalah saat subjek pajak wajib menjadi WP:

1. Orang Pribadi dalam negeri mempunyai kewajiban untuk menjadi Wajib Pajak dengan mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP saat memperoleh penghasilan diatas PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak) (Pasal 2 ayat 2 Undang-Undang No.36 Tentang PPh).
2. Badan dalam negeri mempunyai kewajiban menjadi Wajib Pajak dengan mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP sejak saat didirikan/berkedudukan di Indonesia (Pasal 2 ayat 2 Undang-Undang No.36 Tentang PPh).
3. Orang Pribadi dan Badan Luar Negeri Wajib menjadi Wajib Pajak pada saat menerima dan/atau memperoleh penghasilan yang bersumber dari Indonesia atau menerima dan/atau memperoleh penghasilan yang bersumber dari Indonesia melalui BUT (Bentuk Usaha Tetap) (Pasal 2 ayat 2 Undang-Undang No.36 Tentang PPh).



Gambar 4.10 Kewajiban Mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP

Sumber: Hak dan Kewajiban Wajib Pajak/DJP, 2013

Sama halnya dengan Wajib Pajak lain, pengguna *cashback* juga seharusnya melakukan kewajiban tersebut, caranya adalah mendaftarkan diri ke KPP sesuai dengan alamat domisil KTP untuk memperoleh NPWP. Selain datang langsung ke KPP, pendaftaran NPWP juga dapat dilakukan secara *online* melalui sistem *e-regisration*. Selanjutnya, kepada DJP di konfirmasi melalui wawancara dengan ET perihal pernyataan dari pihak BKF. Beliau mengatakan,

“Sebenarnya gini mbak sebenarnya regulasi umumnya ada. Jadi gini kan setiap orang pribadi yang mempunyai penghasilan atau apa dia harus ya, dia harus lapor SPT-nya nah cuman ini butuh suatu apa, butuh suatu penyampaian informasi yang berkelanjutan. Ketentuan itu sebenarnya sudah ada yang berlaku umumnya. Itu sudah ada, nah cuman tinggal bagaimana nih para konsumen ini mau untuk mengurus itu. Kalau seumpunya pengguna *cashback* harus punya NPWP sebenarnya sudah ada ketentuan umumnya. (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Pengguna (*user*) dari Bukalapak yaitu GF pun menjelaskan bahwa masih ada pengguna yang tidak memiliki NPWP.

“Menurut saya, tidak semuanya pengguna *cashback* memiliki NPWP karena yang menggunakan *cashback* dari masyarakat umum juga kebanyakan yang manfaatin *cashback* kan generasi minelial kaya remaja-remaja gitu yang belum punya penghasilan, kalau orang tua mungkin ada tapi ga banyak.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

Hal tersebut juga dikatakan oleh JT sebagai seorang *user platform online*, bahwa dirinya sampai saat ini belum memiliki NPWP.

“Kalau menurut saya ngga banyak sih kayanya. *Cashback* ini kan menysasar mungkin orang-orang yang umurnya sampai umur 35 kali ya, karena kalau berkisar umur diatas 35 itu mereka kurang melek akan teknologi. Tapi kalau usia sampai 35 mereka masih melek teknologi dan artinya mereka bisa melakukan transaksi di *platform online*. Saya aja transaksi di *platform* tapi belum punya NPWP juga, karena belum punya penghasilan sendiri.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

Analisis peneliti atas tanggapan 2 narasumber GF dan JT adalah bahwa mereka selaku pengguna *cashback* berpandangan tidak banyak pengguna *cashback* yang memiliki NPWP karena sebagian besar pengguna masih dibawah umur yang belum memiliki penghasilan dan belum sadar akan kewajiban perpajakan yang dimilikinya. Penulis berpendapat bahwa masih terdapat faktor lain yang menyebabkan para pengguna tidak patuh untuk mendaftarkan dirinya untuk memperoleh NPWP yaitu kemudahan dalam proses mendapatkan NPWP itu sendiri. Kemudian dikonfirmasi kembali perihal pemberian kemudahan dalam mendapatkan NPWP untuk meningkatkan kepatuhan khususnya *cooperative compliance*. Selaku narasumber dari Badan Kebijakan Fiskal FA menyatakan bahwa,

“Bisa sih, yang namanya *compliance* lebih kepada kebijakan administratif ya.”(Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Pendapat serupa juga dikatakan oleh pengguna GF yang pernah bertransaksi di *platfom* Bukalapak, GF menambahkan,

“Menurut saya, dengan cara memudahkan dalam mendaftarkan NPWP maka akan meningkatkan *cooperative compliance* karena WP akan semakin patuh membayar pajak karena adanya sistem keterbukaan tersebut.”(Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya, JT selaku pengguna juga menyatakan bahwa kemudahan administrasi memiliki pengaruh terhadap sikap WP dalam memenuhi kewajiban pajak.

“Ya seharusnya emang kita harus patuh sih kalau udah dikasih kemudahan, ibaratnya kita sudah dilayani dengan baik masa kita masih ga patuh sih. Kecuali kalau kita dipersulit itu yang bikin males sebenarnya, udah kita harus bayar pajak terus administrasi dipersulit kan jadi males buat

ngurusin.” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui video call whatsapp).

Berbicara mengenai kemudahan dalam mendapatkan NPWP, sebagaimana dilansir dalam laman berita tempo, Direktorat Jenderal Pajak telah melakukan beberapa langkah penyederhanaan dan percepatan pengajuan nomor pokok WP atau NPWP yaitu:

1. Ditjen Pajak meniadakan syarat penyertaan dokumen pribadi. Pemohon tidak perlu lagi menyertakan KTP karena data tersebut sudah tersedia di database Ditjen Pajak yang didapat melalui Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Selain itu, syarat adanya surat keterangan tempat usaha (SKTU) atau surat keterangan domisili (SKDU) dapat diganti dengan surat pernyataan atas kegiatan usaha;
2. Kedua, Ditjen Pajak memperbolehkan saluran tertentu atau pihak ketiga dalam pengajuan NPWP. Sebelumnya, NPWP diajukan hanya melalui Kantor Pelayanan Pajak, Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan atau secara online; dan
3. Ditjen Pajak menambah kanal pendaftaran khusus bagi WP badan yang melakukan investasi dengan kriteria tertentu. Sebelumnya, kanal yang tersedia hanya melalui Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) pusat.

Walaupun telah diberikan kemudahan tersebut berdasarkan jawaban dari para narasumber khususnya pengguna *cashback* menyatakan semua narasumber belum memiliki NPWP. Padahal terdapat narasumber yang pernah melakukan pencairan *cashback* yang artinya pengguna tersebut telah memenuhi syarat subjektif dan objektif sebagai Wajib Pajak yang harus memiliki NPWP, dalam hal

ini peneliti menganalisis terdapat kemungkinan dilakukannya penjarangan NPWP melalui pihak ketiga yaitu dengan menjadikan NPWP sebagai syarat untuk bisa melakukan transaksi di dalam *platform-platform* penyedia *cashback*. Sama halnya dengan transaksi secara konvensional, pengguna (konsumen) *online* juga seharusnya melakukan kewajiban tersebut. Ketika dikonfirmasi perihal penggunaan NPWP dalam transaksi ini, FA selaku narasumber BKF berpendapat,

“Kalau untuk masalah *cooperative* nya itu dari *e-commerce*-nya dimintain NPWP, jadi repot aja sih menurutku. Dulu kan pernah hampir mirip-mirip kaya gitu sebenarnya kan, dan apa? mereka nolak. Aku tau sih yang dipikirin *e-commerce* itu apa, mereka mikir aja sebenarnya yang kita dapet apanya itu sih yang mereka carinya.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Kemudian RR selaku Tax Analyst Bukalapak dalam hal ini sebagai pelaku

dalam bisnis *cashback* menuturkan mengenai hal berikut,

“Jadi gini misal nanti *platform* disuruh minta NPWP kan, itu akan ada efek sampingnya sih. Nanti di akhir tahun si WP dimintain surat cinta dari KPP kalau ada penghasilan itu efeknya akan mengurangi *cans* nya untuk bertransaksi di Bukalapak akhirnya mereka pindah ke instagram, ke *facebook* kemana yang mereka *platform-platform* yang sangat sulit dilacak. DJP harus mempertimbangkan itu sih sebenarnya.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Lalu dikonfirmasi kepada para pengguna selaku Wajib Pajak dalam transaksi *cashback*, JT sebagai pengguna menilai hal dapat memberatkan pihak ketiga yaitu,

“Bisa apa engga ya, kesian sih tapi memberatkan si *platform*-nya masa dibawah 17 tahun gitu dia mau transaksi harus punya NPWP. Lalu misal kewajiban subjektifnya belum tepenuhi masa ngga bisa belanja gara-gara harus lapor NPWP. Jadi menurut saya pajak juga jangan sampai jadi penghambat ekonomi, jadi kurang setuju sih saya. Harusnya penjual yang punya NPWP bukan pengguna.” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Berdasarkan pandangan para narasumber bahwa penyertaan NPWP dalam proses registrasi di *platform* sebagai cara untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong *cooperative compliance* para pengguna *cashback* di Indonesia, dirasakan masih menjadikan beban bagi *platform* itu sendiri. Mengutip dari Asosiasi *e-commerce* Indonesia (idEA) yang menyatakan bahwa sebagian besar perusahaan *online* masih berada pada level mikro. Pengusaha mikro ini juga banyak yang belum punya model bisnis solid. Sehingga, bisnisnya belum tentu dapat bertahan dalam jangka panjang. Sehingga, ada kekhawatiran, penerapan aturan ini bisa membuat pengguna *platform* tersebut berpindah lapak ke sosial media, seperti Instagram dan Facebook yang pengawasannya lemah (Insight Kontan, 2020). Penulis melakukan analisis dan evaluasi mengenai hal tersebut, bahwa dapat dikatakan penyertaan NPWP dalam proses pendaftaran di suatu *platform* penyedia *cashback* dikhawatirkan akan menimbulkan suatu masalah baru berupa berpindahannya para pengguna mereka ke media lain yang tidak memiliki pengawasan yang ketat perihal pemajakannya sehingga hal tersebut membawa kerugian bagi *platform* tersebut. Maka untuk pemajakan transaksi *cashback*, perlu dipertimbangkan lagi mengenai upaya penjarangan NPWP melalui pihak ketiga dalam penerapannya.

Selain kewajiban untuk mendaftarkan diri, maka fase selanjutnya adalah menghitung dan membayarkan pajak. Perhitungan pajak dilakukan dengan cara mengalikan tarif dengan Dasar Pengenaan Pajak (DPP) sehingga diketahui jumlah pajak yang terutang. Kemudian ditanyakan mengenai penggunaan tarif pajak yang

paling memudahkan WP dalam menjalankan kewajiban pajak atas transaksi *cashback* dan yang dapat meningkatkan *cooperative compliance*, FA menyatakan

“Yang namanya pajak ya asas kita adalah *progresifitas*, kalau kita pakai tarif pajak tunggal taruhlah PPh Final untuk yang penghasilannya sudah melewati PTKP itu kan ya jadi WP bertanya-tanya kok pajak saya sama sih sama-sama dipotong 10%. yang kerja jadi karyawan di mall sama yang punya perusahaan kena 10% kaya gitu jadi ga adil.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

ET memperjelas mengenai penggunaan tarif yang paling ideal bagi pengenaan PPh *cashback*.

“Kalau tarif terkait pemotongan ya, itu kan kita filosofinya di pasal 21, 23, dan 26. Sebenarnya itu gampang banget perhitungannya dan menurutku WP bisa sih ngitungnya, apalagi WP Badan kan karena mereka yang motong. Karena emang cuman tarif dikali bruto udah gitu aja. Kalau yang terima WP OP kenanya PPh 21 pertama dia sebagai penghargaan tarifnya PPh 17x jumlah bruto. kalau yang nerima Badan kena 23 tarifnya 15% dikali jumlah bruto juga dan 26 kan dia tunggal. Kecuali ada P3B, kalau ada P3B kan dia mengikuti P3B seperti yang diatur dalam PER 35 PJ 2013.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

GF selaku pengguna berpendapat,

“Menurut saya dengan dikenakan tarif tetap akan memudahkan WP dalam perhitungan pajaknya, karena lebih mudah terus *simple* dan dapat meningkatkan *cooperative compliance*.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

JT memiliki pendapat lain mengenai hal tersebut,

“Tarif progresif jelas ya, gampang ngitungnya tinggal kali aja. Terus juga kalo ngomong *platform* udah melek pajak semua, kecuali kalo bicara UMKM ya beda lagi. Dan menurut saya ga ada unsur yang diribetin sih dari tarif itu.” Wawancara dilakukan pada hari Minggu, 17 Mei 2020 melalui *video call whatsapp*).

Seperti yang sebelumnya disinggung dalam fokus penelitian kedua mengenai penggunaan tarif pajak atas transaksi *cashback*, selanjutnya dikonfirmasi mengenai penggunaan jenis PPh yang paling memudahkan dalam

melakukan perhitungan dan meningkatkan *cooperative compliance*. GF sebagai pengguna berpendapat bahwa *cashback* hampir sama dengan hadiah undian maka penggunaan jenis PPh yang tepat menurutnya adalah PPh Final, GF menyatakan,

“Menurut saya dengan dikenakan PPh final tersebut dapat memudahkan WP dalam perhitungannya dan akan meningkatkan *cooperative compliane*, karena pada dasarnya penghasilan ini seperti penghasilan ketika menerima hadiah undian.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

Selanjutnya ET mengungkapkan bahwa penggunaan PPh Final akan mendorong ketidakpatuhan WP dalam melakukan pembayaran pajak, ET mengungkapkan hal tersebut sebagai berikut,

“Kalau pake final itu bisa jadi tarifnya lebih gede loh kan kaya disamain kaya hadiah undian jadinya, WP kalau pajaknya gede juga kemungkinan ga mau bayar kan. Kalau *cashback* kaya tadi aku bilang masuknya hadiah atau penghargaan karena kegiatan tertentu gitu kan, di ketentuan itu udah yang paling tepat sih menurutku, tarifnya yang OP juga pakai progresif besarnya penghasilan yang diterima WP, mungkin itu sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Apabila ditinjau dari pemajakan *cashback*, GF sebagai pengguna yang pernah memanfaatkan *cashback* mengaku belum pernah membayarkan pajak atas transaksi tersebut, ia mengatakan bahwa,

“Ngga, karena tidak ada regulasi yang mengaturnya baik secara umum maupun secara teknis, dan saya pun belum punya NPWP juga sebenarnya.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

GF mengaku sebagai pengguna *cashback* belum pernah melakukan pembayaran dikarenakan belum mengetahui peraturan atau regulasi pemajakan transaksi *cashback*, hal tersebut juga dikatakan oleh pengguna lain yaitu DA,

“Menurut saya belum ada semua pengguna *cashback* yang membayarkan PPh atas transaksi tersebut karena pengguna tidak mengetahui kalau atas

penghasilan transaksi *cashback* dikenakan pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 13 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya pihak Bukalapak dikonfirmasi perihal kewajiban untuk

melakukan pemotongan terhadap PPh *cashback*, RR mengatakan bahwa,

“Belum saya aja baru tau kalo *cashback* dikenain pajak, belum pernah ada di kita, kita juga ga pernah dikasi tau ada kewajiban potput *cashback* inisih. itu tadi yang saya bilang kalau potput yang berkaitan dengan gaji/ jasa emang iya, tapi kalau *cashback* belum sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Dari pihak DJP menyatakan pendapatnya mengenai hal tersebut, ET mengatakan,

“Sekarang saya tanya ke mbak ya, kalau hasil wawancara dengan *platform* kemarin gimana? Kalau mereka ngga tau kayanya ketinggalan banget sih. Harusnya udah ngerti, karena ini aturannya jelas dan udah lama banget dari tahun 2015. Kalau saya rasa untuk *platform* sebesar itu bukan bukan wacana baru lah.”

Kunci kepatuhan Wajib Pajak adalah kemudahan dalam membayar Pajak.

Kemudahan dalam membayar Pajak bisa diwujudkan antara lain dengan selalu

meningkatkan sistem pembayaran secara elektronik, menggabungkan beberapa

jenis pajak atau bahkan menghapus jenis pajak yang tidak relevan, dan

menyederhanakan proses pembayaran Wajib Pajak (www.pajak.go.id diakses

pada tanggal 18 Juni 2020). Kemudian, ditanyakan kepada para narasumber

terkait dengan kemudahan pembayaran PPh atas transaksi *cashback* di Indonesia

dapat meningkatkan *cooperative compliance* WP tersebut. FA menyatakan bahwa

WP Indonesia telah diberikan banyak kemudahan dan fasilitas dalam melakukan

pembayaran pajak maka sudah sewajarnya WP Patuh dalam melaksanakan

kewajiban pembayaran maupun pelaporan pajak.

“Sebagai WP pasti seharusnya paham ya bahwa kewajiban dalam membayarkan pajak dan melapor adalah hal yang penting. Tapi, mungkin diantara WP merasa kalau pake cara manual setor kas

langsung ke bank atau pos ribet, makan waktu dan lain sebagainya dan lagi harus tepat waktu karena pastinya menyesuaikan jam operasional bank tersebut. Banyak cara sebenarnya yang ditawarkan pemerintah untuk memudahkan WP dalam membayar pajak. Contoh sekarang udah bisa bayar pajak secara *online* pakai *e-billing*. Kalau masih ngga paham gimana caranya, buka aja di *youtube* banyak itu tutorialnya Jadi cocok buat WP yang ngga punya waktu untuk mengurus atau gamau antri ke kantor.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya HR menanggapi terkait kemudahan pembayaran pajak. Beliau menjelaskan bahwa,

“Kalau saya rasa dari DJP sudah memperluas cakupan layanan pembayaran pajak, tujuannya buat apa sih? Ya buat buat menjangkau daerah-daerah terpencil, mempercepat pembayaran pajak dan pastinya memberi kemudahan WP untuk bayar pajak. Kalau ngomongin fasilitas, fasilitasnya udah ada mba dimana-mana pake layanan pada loket atau *teller* di pada bank- bank persepsi atau di kantor pos, bisa juga menggunakan sistem elektronik lainnya juga bisa, sekarang kita juga udah kerjasama dengan para *e-commerce* buat bisa memfasilitasi buat banyak pajak. Semua udah serba *online* dan elektronik, pelayanan semua diarahkan melalui situs *web*.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Kemudian, ditanyakan kepada narasumber Bukalapak tentang kemudahan pembayaran PPh atas transaksi *cashback* di Indonesia dapat meningkatkan *cooperative compliance* WP tersebut. RR menyatakan bahwa,

“Ya pasti dong, kaya sekarang ya pembayaran pun sudah mudah ya, yang tau ya. Masalahnya ada di sosialisasi sih, bahkan di Bukalapak pun kita bisa bayar pajak, PPh PPN yang menggunakan *e-billing*. Nah itu kalau bayar di Bukalapak bisa dapet *cashback* kaya kode unik gitu. Kode uniknya bisa dibalikin lagi ke pengguna. Sosialisasinya harus di gencerin lagi kalau menurutku bisa dari *platform* atau KPP biar lebih mendorong kepatuhan itu tadi.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Dari sisi pengguna, JT mengemukakan pendapatnya terkait kemudahan pembayaran pajak dalam meningkatkan *cooperative compliance* bahwa,

“Ya maksudnya gini aja, misal gini saya tinggal di desa jauh banget di pelosok misal kalo dulu kan kita harus dateng ke kantornya kalo bayar pajak. Nah makanya kalo orang desa itu ga bayar pajak bukan karena gamau tapi emang jauh aksesnya. Tapi kalo sekarang kan udah beda ya kita dikasi banyak kemudahan, e-commerce juga udah menyediakan ruang buat kita bayar pajak, makanya jelas kalo dikasi kemudahan pasti akan meningkatkan *cooperative compliance*.” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui video call whatsapp).

Pendapat yang sedikit berbeda diungkapkan oleh DA selaku pengguna, DA berpendapat bahwa kemudahan pembayaran pajak tidak akan memberikan pengaruh kepada WP Orang Pribadi kecuali yang pajaknya dipotong oleh pihak ketiga, DA mengungkapkan bahwa,

“Sebagaimapun kemudahan yang diberikan oleh otoritas pajak untuk pembayaran pajak jika itu berkaitan dengan orang pribadi yang tidak dipotong oleh pihak ketiga, maka perilaku kepatuhan WP hanya patuh jika terdeteksi oleh otoritas pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 13 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Fase terakhir dalam kewajiban yang harus dilakukan oleh Wajib Pajak adalah pelaporan pembayaran pajak. Pelaporan pembayaran pajak yang telah Wajib Pajak bayarkan dalam SPT Tahunan. Kewajiban pelaporan dapat dikatakan yang paling sering dilupakan oleh WP, karena mereka menganggap bahwa kewajiban pajak akan selesai ketika sudah melakukan pembayaran (DDTC News, 2019). Para narasumber dalam penelitian ini mencoba untuk menyatakan pendapatnya tentang kemudahan pelaporan pajak atas transaksi *cashback* dalam meningkatkan *cooperative compliance*. Namun, sebelum itu narasumber dilakukan konfirmasi mengenai pandangan narasumber mengenai seberapa banyak pengguna *cashback* yang melakukan pelaporan pembayaran pajak. ET

selaku pelaksana DJP menyatakan bahwa sudah sering mendapat pertanyaan mengenai pemajakan atas transaksi *cashback*.

“Sebenarnya kita dapet beberapa pertanyaan dari Wajib Pajak terkait pengenaan Pajak Penghasilan atas *cashback* itu sih, sebenarnya begitu. Jadi bisa saya asumsikan kalau banyak WP yang sudah *aware* mengenai pajak *cashback* itu sendiri. Kalau merujuk ke PER Dirjen *cashback* ini kan wajib lapor aja ya kalau diterimakan ke semua pengguna dalam suatu *platform*, karena perolehan hadiah ini merupakan objek pajak dan harus dilaporkan di SPT Tahunan PPh bagi yang bersangkutan gitu sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

FA dari BKF mengatakan bahwa beliau kurang mengetahui mengenai seberapa banyak WP yang melaporkan *cashback* di SPT Tahunan.

“Aku gatau deh banyak atau engganya walaupun dalam hati kecilku bilang ga banyak bahkan ga ada, tapi gatau ya.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Pendapat dari BKF sesuai dengan yang diungkapkan oleh salah satu pengguna/ pengguna platform Bukalapak, GF mengatakan bahwa,

“Menurut saya belum ada semua pengguna *cashback* melaporkan penghasilan dalam SPT tahunan atas transaksi karena pengguna tidak mengetahui akan hal tersebut (atas penghasilan transaksi *cashback* dikenakan pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Narasumber Bukalapak kewajiban pelaporan pajak *cashback* yang telah mereka lakukan. RR selaku tax analys menyatakan.

“Karna belum pernah bayarin ya belum pernah lapor berarti kan? gitu aja sih. setau saya emang kita belum pernah sih bayarin pajak *cashback*.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Hal tersebut berbanding terbalik dengan yang dikatakan oleh ET selaku pelaksana pemotongan dan pemungutan PPh II DJP, ET mengatakan bahwa terdapat *platform* yang telah melaksanakan kewajiban tersebut.

“Mbak tau *Linkaja* ngga? dia kan setipe link pembayaran ya sama halnya kaya *ewallet* Ovo Go-Pay gitu, setauku dia sudah mulai motongin pajak *cashback* bagi penggunaanya si.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Selanjutnya ketika ditanyakan mengenai kemudahan pelaporan pajak atas transaksi *cashback* sebagai terhadap peningkatan *cooperative compliance* di Indonesia FA perumus kebijakan pajak mengatakan,

“Bisa aja sih, kenapa ga bisa? masalah lapor mudah kok mudah banget malah, bisa *real time* pake *e-filing* itu udah ideal banget, cuman modal Internet doang. kalau ada yang belum paham lapornya, ada tutorialnya biar ngga sampe salah. Tapi kala misalkan dia belum punya NPWP, itu ngga bisa masuk ke sistem karena kalo dia ngga ngelapor NPWP dia ngga ngelapor pajak gitu kan. Jadi harus punya dulu lah itu NPWP sama EFIN ya, baru bisa lapor online. Jadi memang harusnya patuh kalau udah difasilitasi dengan sistem yang ada sekarang.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

ET selaku otoritas pajak menambahkan bahwa,

“Masalah lapor pajak bisa pake manual, bentuknya fisik dateng langsung ke KPP atau dikirim pos, kalau mau *online* udah ada *efiling* kalo dari hp aja udah bisa ngerjain. Yang jadi *problem* adalah tingkat pemahamannya beda-beda. Ada yang melek teknologi ada yang ngga, ada yang dijelasin sekali udah ngerti, ada juga yang dijelasin berkali-kali baru ngerti bahkan bisa jadi di pelaporan selanjutnya lupa. Jadi sekarang terserah WP nya aja sih mereka lebih paham pakai yang mana? yang menurut mereka paling mudah yang mana? Kalo ada yang kesusahan pasti dilayanin oleh petugas, jadi dateng aja ke kantor pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Selanjutnya JT sebagai pengguna menjelaskan bahwa pelaporan pajak di Indonesia sudah sangat mudah,

“Saya sendiri ngeliat sih kemudahannya sekarang lapor pajak lebih mudah dengan *e-filing*. Bisa di mana saja dan kapan saja, dengan menggunakan *handphone*, jadi ga ada yang harus dipermasalahkan, mungkin ini aja sih kalau saya mungkin ngerti caranya, tapi mungkin yang lain juga banyak yang ngga ngerti, ada juga yang lupa buat lapor pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

GF menyatakan bahwa kemudahan dalam pelaporan pajak memungkinkan untuk peningkatan *cooperative compliance* di Indonesia.

“Menurut saya memungkinkan bisa terjadi karena pengguna dimudahkan dalam pelaporan atas penghasilan tersebut. Tapi selama ini saya belum pernah melaporkan karena tidak mengetahui kalau *cashback* dipajakin.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

RR selaku Tax Analyst mengatakan,

“Mungkin kalau tanya ke aku, sebenarnya aku sendiri kalau lapor SPT udah gampang banget ya, pake *e-filing* itu gampang banget, kalau yang gatau mungkin akan susah, kaya mbak sendiri kan mungkin sudah tau ya apalagi kuliahnya di administrasi perpajakan. Inilah si perusahaan setiap lapor SPT Pribadi kerjasama sama kampus2, kaya di Bukalapak itu manggil vokasi UI pendampingan peaporan dan pesertanya juga banyak.bisa sih, bisa aja kalau *platform* kita sendiri inshaallah kepatuhan pajaknya aman lah, kita patuh-path aja mungkin kalau ada yang ga dilaporin itu bukan kesengajaan yaa.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui zoom meeting).

Yang terakhir adalah mengenai sanksi dan denda, pada hakikatnya di dalam *cooperative compliance* sanksi dan denda diberikan kepada WP yang melakukan segala upaya untuk menghindari, menyelundupkan atau menggelapkan pajak. WP semacam ini perlu diberi hukuman yang bisa membuatnya menjadi jera bila tidak, penerimaan pajak negara dapat terganggu. Strategi kepatuhan yang tepat untuk diterapkan adalah penegakan hukum (*tax enforcement*). Bila ditemukan bukti permulaan indikasi adanya tindak pidana perpajakan, maka penegakan hukum yang terdiri dari pemeriksaan pajak sampai dengan penyidikan pajak dapat dilaksanakan (Pohan, 2017). ER sebagai pelaksana DJP memberikan pandangannya mengenai pemberian sanksi atau denda dalam pemajakan *cashback* dengan kaitannya dalam meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia sebagai berikut,

“Jadi kalau kita kan menerapkan setipe *reward* dan *punishment* kan, kita mengatur pengenaan sanksi salah satunya untuk meningkatkan kepatuhan WP diharapkannya seperti itu walaupun secara kita jujur kita sebenarnya ga pengen mengenakan sanksi WP, kita sebenarnya itu ada beberapa tipe ya himbuan, teguran dan bila ga dipatuhi oleh WP kita mengenakan sanksi atau bisa terkait dengan pemeriksaannya dilakukan pemeriksaan sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Berikutnya FA selaku narasumber BKF mengatakan,

“Kalau saya berfikir harusnya iya, tapi kalau yang namanya sanksi itu kalau menurut saya harus bisa dijalani atau harus bisa dibayar jangan sampai sanksinya jadi ngga masuk akal, jadi ga kuat atau ga mampu orangnya mau bayar. Nanti orannya nyerah, padahal pajak itu juga soal mengajarkan gimana orang itu bisa patuh, gimana cara penegakan hukumnya yang konsisten. Jangan sampai yang ga setara malah menghasut yang lain.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya dari pihak pengguna, GF menyatakan

“Menurut saya itu merupakan solusi terbaik bisa dilakukan agar WP yang tidak menjalankan kewajiban pajak secara benar, sehingga akan dapat meningkatkan *cooperative compliance*.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

RR selaku pihak *platform* pemberi *cashback* memiliki pendapat berbeda,

beliau mengungkapkan,

“Sebenarnya efektif sih itu orang-orang jadi takut tapi gatau ya DJP atau setiap KPP itu kan kejar target yaa kaya ini penghasilan kita pajakin ini penghasilan kita pajakin, diperiksa terus ini ini ini, akhirnya jadi seperti itu kaya misal kita mau restitus misal 100jt tiba-tiba malah jadi ada denda 200jt kaya gitu sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Berdasarkan argumen para narasumber yang terdiri dari pihak ketiga yaitu

platform serta pengguna *cashback*, penulis menganalisis bahwa para WP tersebut

masih belum patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan (perhitungan,

penyetoran dan pelaporan) atas transaksi *cashback*, hal tersebut karena

ketidaktahuannya mengenai ketentuan pemajakan atas transaksi *cashback*.

Menurut model kepatuhan pajak ATO yang menganut paradigma *cooperative compliance*, strategi kepatuhan yang tepat dilakukan pada tingkat ini adalah dengan memberikan kemudahan dan pelayanan yang baik (*make it easy*). Peranan aktif *Account Representative* (AR) dalam memberikan penyuluhan dan informasi kepada WP akan memberikan rasa nyaman sehingga tingkat kesadaran WP akan semakin meningkat dan tingkat kepatuhan menjadi tinggi (Pohan, 2017).

Kemudian dikonfirmasi kepada narasumber mengenai perlunya peran *Account Representative* (AR) dalam memberikan penyuluhan dan informasi mengenai pemajakan atas transaksi *cashback*. ER selaku pelaksana DJP menyatakan,

“Memang salah satu tugas seorang AR kan menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi untuk Wajib pajak dalam kaitannya untuk membantu WP dalam pemenuhan kewajiban pajak supaya lebih baik lagi, di setiap KPP kan juga sudah ada AR nya. Ga cuman AR aja sih sebenarnya dari petugas pajak semua, kita sendiri juga mengupayakan yang sebaik-baiknya buat melayani Wajib Pajak.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

FA selaku narasumber BKF memandang hal tersebut sebagai berikut,

“Harusnya iya sih, tapi jangan-jangan AR nya yang gak ngeh lagi, kalau AR nya anak2 millenial harusnya paham sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Selanjutnya RR dari sisi *platform* berpendapat,

“Perlu banget lah mbak, cuman yang jadi masalah kita nanya ke AR, dia ngga ngerti. aku aja waktu itu pernah nanya pajak catering pribadi kena PPH 21 apa 23 mereka beda-beda jawabannya. Kalau kita mahamin Undang-undangnya sendiri juga sulit dibaca oleh orang umum, bahkan undang-undang sering tumpang tindih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

GF berpendapat bahwa hal tersebut sangat diperlukan,

“Menurut saya, dengan diberikan penyuluhan dan informasi pemajakan atas penghasilan memungkinkan WP akan mengetahui bahwa penghasilan di *platform* tersebut akan dikenakan pajak sehingga WP juga akan lebih mengetahui kewajibannya untuk langkah selanjutnya jika telah mengetahui

akan hal itu.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

JT selaku pengguna juga berpendapat bahwa,

“Mungkin cukup *online* aja sih, tapi kalau buat *platformnya* wajib sih kan bisa dijangkau soalnya jumlahnya ngga sebanyak WP/Pengguna.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

Salah satu dari perubahan reformasi biokrasi dalam perpajakan yang merupakan perwujudan dari modernisasi perpajakan atau yang lebih dikenal dengan istilah Sistem Administrasi Perpajakan Modern adalah dibentuknya *Account Representative (AR)*. *Account Representative* adalah pegawai yang diangkat pada setiap Seksi Pengawasan dan Konsultasi di Kantor Pelayanan Pajak yang telah mengimplementasikan organisasi modern (Ortax, 2019). Berdasarkan hasil wawancara, masih terdapat keluhan yang diungkapkan WP terkait kinerja seorang AR yang belum berjalan dengan baik. Penulis menganalisis beberapa alasan mengenai hal tersebut diantaranya adalah pada kegiatan konsultasi sering terjadi perbedaan pendapat AR dari KPP satu dengan yang lainnya, hal tersebut merupakan sesuatu hal yang wajar mengingat bahwa interpretasi seseorang dalam memahami suatu ketentuan perundang-undangan dapat berbeda pula tergantung pola pikir orang tersebut, serta Undang-undang Perpajakan juga tidak mengatur secara teknis mengenai sebuah peraturan. Akan tetapi, tidak dipungkiri bahwa peran AR dalam melakukan pengawasan kepatuhan WP adalah suatu hal yang penting untuk mengamankan penerimaan pajak dan penegakkan hukum, maka sudah selayaknya AR memberikan yang terbaik dalam melaksanakan tugasnya.

Dilihat dari tugasnya pun AR melakukan tugas pengawasan dan juga tugas konsultasi. Mengutip dari KLC Kemenkeu (2019), konsultasi memberikan arti bahwa AR adalah pegawai DJP yang ditugaskan menjadi konsultan internal DJP untuk WP, dengan kata lain AR adalah mitra (kawan) bagi Wajib Pajak dalam hal memberikan bimbingan (*assistance*) berupa informasi (*information*) ataupun pengetahuan (*education*) perpajakan. Konsultasi disini dapat berupa penjelasan tentang perhitungan pajak yang benar dan bagaimana perlakuan perpajakan terhadap pencatatan akuntansi keuangan atau apapun yang inti dari kesemua itu adalah memberikan pengarahan kepada Wajib Pajak tentang bagaimana Wajib Pajak dapat mengerti akan timbulnya pajak terutang sesuai dengan peraturan perpajakan. Sedangkan pengawasan memberikan arti bahwa AR adalah pegawai DJP yang ditugaskan menjadi pengawas (lawan) WP atas kepatuhan kewajiban perpajakannya. Pengawasan disini dapat berupa mengawasi bagaimana utang pajak dari WP apakah wajar, mencari potensi pajak yang belum tergarap dari WP, mengawasi apakah WP telah membayar pajaknya sesuai dengan pajak yang seharusnya dibayar, mengawasi apakah WP mendapatkan sanksi berupa bunga atas keterlambatan pembayaran pajaknya dan sebagainya yang inti kesemua itu adalah bagaimana mengawasi kepatuhan dan kewajiban WP sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan (intensifikasi perpajakan).

Kemudian, berkaitan dengan pembahasan mengenai kewajiban WP mulai dari pendaftaran dengan NPWP, perhitungan, penyetoran dan pelaporan pajak atas transaksi *cashback* yang selama ini dilakukan. Peneliti menganalisis bahwa Wajib Pajak kurang mengetahui aturan pemajakan *cashback* sehingga kewajiban

pajak tidak dijalankan dengan baik dan cenderung membuat para WP tidak patuh.

Selain itu, sistem pemungutan pajak juga berpengaruh dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

Seperti yang diketahui selama ini Indonesia menganut *self assessment* sebagai sistem pemungutan pajaknya, konsekuensi dari penerapan sistem tersebut adalah WP diberikan kebebasan secara mandiri dalam menghitung, menyeter, dan melaporkan besaran pajaknya, sehingga pengawasan menjadi lemah, dilain sisi terdapat sistem pemungutan pajak lain yang dapat diterapkan dalam pemajakan *cashback* yaitu *withholding tax*. Sistem *withholding tax* adalah salah satu sistem pemotongan atau pemungutan pajak, dimana pemerintah memberikan kepercayaan kepada WP untuk melaksanakan kewajiban memotong atau memungut pajak atas penghasilan yang dibayarkan kepada penerima penghasilan sekaligus menyeterkannya ke kas negara. Bisa diartikan pula bahwa sistem *withholding tax* merupakan pembayaran pajak yang dilakukan oleh pihak ketiga. *Withholding tax* merupakan jalan pintas bagi pemerintah untuk memungut pajak. Lantaran WP ditugaskan untuk melakukan pemungutan dan pemotongan pajak atas pihak lainnya, sehingga pemerintah tidak memerlukan upaya dan biaya besar untuk mengumpulkan pajak. Namun, dilain sisi mekanisme *withholding tax* membawa beban tersendiri bagi pihak ketiga selaku pihak yang melakukan pemotongan dan/ pemugutan pajak.

Maka dari itu, penelitian ini mencoba menggali penerapan sistem pemungutan pajak dalam transaksi *cashback* untuk mendorong peningkatan

cooperative compliance di Indonesia, dari pihak Badan Kebijakan Fiskal, FA mengungkapkan bahwa,

“Ya itu dia, gini aja ntar mbak nanya ke DJP sebenarnya tingkat kepatuhan pajak Indo berapa, itu akan menggambarkan seberapa susahny kita berusaha meningkatkan kepatuhan WP. Secara *overall* kita selalu mendorong untuk meningkatkan kepatuhan tetapi kendala untuk meningkatkan kepatuhan itu masih banyak, dari tingkat pendidikan masyarakat bukan hanya tingkat pendidikan formal aja, tapi tingkat pendidikan perpajakan itu juga masih sangat bervariasi lah, harus dipahami juga peraturan pajak bukan sesuatu yang mudah dimengerti bahkan saya sendiri, orang pajak pusat ketika ditanya tentang pajak motor saja saya ga ta itukan analoginya begitu, saya selaku sebagai permus kebijakan saya harus bisa menempatkan posisi di level dimana orang gak tau apa-apa sehingga apa yang kita tulis di PP, PMK, tantangannya bikin orang bisa ngerti gimana cara ngitungnya. Kalaupun sekarang dengan *self assessment* biasa yaudah ngga ada cara perubahan perhitungan mereka cuman nambahin *cashback* ke PKP lalu dihitung tarif *that's it*. Nanti kalau ada aturan lagi orang jadi bingung ini ada bupot, dsb jadi bingung.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Seperti yang telah disebutkan oleh narasumber BKF mengenai tingkat kepatuhan WP Indonesia, maka dikutip dalam Laporan Kinerja DJP Tahun 2019 tentang Indikator Utama (IKU) Persentase tingkat kepatuhan formal WP dengan penjelasan sebagai berikut.

Tabel 4.5 Indikator Kinerja Utama

Nama IKU	Target 2019	Realisasi 2019
Persentase tingkat kepatuhan formal WP	72,52%	72,52%

Sumber: Laporan Kinerja DJP 2019

Target IKU telah tercapai tetapi kepatuhan WP tergolong masih rendah. Hal ini disebabkan antara lain karena pengawasan yang belum optimal dalam menjangkau Wajib Pajak Wajib SPT, belum optimalnya tindak lanjut atas data prioritas pengawasan penyampaian SPT, masih ada pembayaran pajak di bawah nominal tertentu, terbatasnya edukasi dan penyuluhan yang berkontribusi pada

kepatuhan WP Wajib SPT serta Layanan KSWP (Konfirmasi Status Wajib Pajak) yang belum terimplementasi secara luas (Lakin DJP, 2019). Begitu juga dengan pembayaran pajak PPh badan yang tingkat kepatuhannya masih rendah, hal tersebut karena sistem pajak Indonesia yang menganut *self assesment* (CNBN News, 2019).

Dari sisi aparat per pajakan, ET juga mengungkapkan hal yang serupa terkait mekanisme pemajakan transaksi *cashback* menggunakan sistem *self assesment* dalam meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia.

“Kalau pakai *self assesment* itu bisa tapi mungkin banyak tantangannya, sebenarnya misal di Jakarta yang pinggir-pinggir aja kita susah menjangkau, apalagi diberbagai pulau yang harus kesanapun susah menjangkaunya. Kalau dari kita sih mungkin sistem yang di ATO belum setara untuk disandingkan gitu, cuman kita dalam proses tetap pembenahan, dari kita sendiri berusaha untuk mengedukasi tentang perpajakan kaya sekarang pajak berturut, kita berusaha nenperkenalkan pajak pada masyarakat seperti itu.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh salah satu pengguna, GF menyatakan,

“Menurut saya, dengan penunjukkan pengguna untuk melaksanakan kewajiban perpajakan secara mandiri belum dapat meningkatkan *cooperative compliance*, karena pada dasarnya pengguna dalam menghitung penghasilan yang didapatkan dari *platform* tersebut takutnya tidak dilaporkan secara keseluruhan.” (Wawancara dilakukan pada hari Senin, 18 April 2020 melalui video call whatsapp).

Selanjutnya mengenai penerapan *withholding tax* bagi pajak penghasilan *cashback*. Sistem ini dirasa dapat diterapkan dan akan memberikan kemudahan bagi *pengguna* dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya. Apabila tercapai kemudahan dalam pemenuhan kewajiban pajak bukan tidak mungkin akan

meningkatkan *cooperative compliance* namun, ada beberapa permasalahan yang harus diperhatikan,

“Mbak pernah denger ga yang kemarin masalah transaksi digital *e-commerce* yang dicabut, salah satu permasalahannya kan itu gimana caranya dari pemerintah mengajak *cooperative e-commerce* itu, tapi ternyata yang kaya kemarin udah keluar aturannya tapi *e-commerce* malah berbalik arah, saya yakin sebelum peraturan itu keluar juga sudah mulai pembicaraan-pembicaraan gitu nanti akan seperti apa, tapi kita gatau apa yang buat *e-commerce* menolak keras.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 30 April 2020 melalui *video call whatsapp*).

Pernyataan tersebut berbeda dengan yang diungkapkan oleh otoritas pajak, melalui ET dikonfirmasi perihal penggunaan mekanisme *withholding tax* dalam meningkatkan *cooperative compliance*, ET menyatakan

“Kalau saya pribadi maksudnya gini dengan kesadaran akan perpajakan WP Indonesia bisa dibilang rendah, maka sebenarnya untuk efektivitas dalam pelaksanaan pemungutan penerimaan negara maka menggunakan WHT, karena kenapa dengan tingkat pendidikan masyarakat Indonesia saat ini, kewajiban perpajakan, terus sistem kita yang belum memadai untuk melakukan pengawasan kalau saya pribadi *withholding tax* lebih efektif dibanding *self assessment system*.” (Wawancara dilakukan pada hari Selasa, 19 Mei 2020 melalui *zoom meeting*).

RR selaku pihak Bukalapak juga sependapat mengenai hal tersebut, RR menyatakan bahwa,

“Kalau itu ya otomatis yang pemotongan atau dipungut lebih patuh pasti, kalau sisi pihak ketiga contoh di Bukalapak sendiri karena kita konservatif sih, hal sekecil kita ngeprint banner 1 lembar aja kita potong terhadap vendor, tapi kalau emang ada aturannya jelas, ya kita wajib mengikuti itu dong otomatis kita harus comply. Kita mengikuti perundang-undangan tapi kalau ada yang lewat ya bukan suatu kesengajaan sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 22 April 2020 melalui *zoom meeting*).

Ketika pajak penghasilan atas transaksi *cashback* di *withholding*-kan oleh perusahaan (*platform*) otomatis jutaan Wajib Pajak yang mendapatkan *cashback* akan melaksanakan kewajiban perpajakannya. Mengacu dari penelitian

Damayanti *et al.*, (2016) yang menjelaskan bahwa terdapat enam hasil dari efektivitas penerapan *withholding tax* yang terdiri dari: 1) kepastian pajak terbayar tinggi, 2) *cost collection* untuk penagihan dan pemeriksaan rendah, 3) Proses pemeriksaan lebih mudah karena hanya fokus pada *withholder*, 4) kepatuhan pajak meningkat, 5) penyederhanaan administrasi perpajakan, 6) Wajib Pajak dipajaki saat kemampuan ekonomi tinggi.

Parameter dari keberhasilan sistem pemungutan pajak ini berhasil atau tidak dapat dilihat dari kemudahan yang diberikan untuk Wajib Pajak sehingga Wajib Pajak tersebut mengalami perubahan perilaku menjadi lebih patuh. Berdasarkan hasil wawancara terhadap kelima narasumber mengenai sistem pemajakan dalam transaksi *cashback* yang dapat mendorong *cooperative compliance* di Indonesia, penulis mengumpulkan hasil analisis tersebut dalam suatu tabel sebagaimana terlihat dalam tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Sistem Pemajakan Transaksi *Cashback* yang Meningkatkan *Cooperative Compliance* di Indonesia

No	Indikator	Self Assessment System	Withholding Tax System
1.	Pihak yang melakukan kewajiban perhitungan pajak atas transaksi <i>cashback</i> yang meningkatkan <i>cooperative compliance</i> .		
	BKF	√	
	DJP		√
	Platform Bukalapak	√	
	Pengguna yang mencairkan <i>cashback</i>		√
	Pengguna yang tidak mencairkan <i>cashback</i>		√
2.	Penggunaan NPWP sebagai instrumen yang digunakan dalam melakukan pendaftaran dalam platform dapat meningkatkan <i>cooperative compliance</i> .		

	BKF	√	
	DJP	√	
	Platform Bukalapak	√	
	Pengguna yang mencairkan <i>cashback</i>	√	
	Pengguna yang tidak mencairkan <i>cashback</i>	√	
3.	Tarif yang digunakan dalam melakukan perhitungan pajak atas transaksi <i>cashback</i> (tarif <i>progresif, flat, defresif</i> dan <i>regresif</i>) yang meningkatkan <i>cooperative compliance</i>		
	BKF		√
	DJP		√
	Platform Bukalapak		√
	Pengguna yang mencairkan <i>cashback</i>		√
	Pengguna yang tidak mencairkan <i>cashback</i>		√
4.	Jenis PPh yang digunakan dalam melakukan perhitungan pajak atas transaksi <i>cashback</i> (PPh Final atau Non Final) yang meningkatkan <i>cooperative compliance</i>		
	BKF		√
	DJP		√
	Platform Bukalapak		√
	Pengguna yang mencairkan <i>cashback</i>		√
	Pengguna yang tidak mencairkan <i>cashback</i>		√
5.	Pihak yang melakukan kewajiban pembayaran pajak atas transaksi <i>cashback</i> yang meningkatkan <i>cooperative compliance</i> .		
	BKF	√	
	DJP		√
	Platform Bukalapak		√
	Pengguna yang mencairkan <i>cashback</i>		√
	Pengguna yang tidak mencairkan <i>cashback</i>		√
6.	Pihak yang melakukan kewajiban pelaporan pajak atas transaksi <i>cashback</i> yang meningkatkan <i>cooperative compliance</i>		
	BKF	√	
	DJP	√	
	Platform Bukalapak	√	

Pengguna yang mencairkan <i>cashback</i>	√	Universitas Brawijaya
Pengguna yang tidak mencairkan <i>cashback</i>	√	Universitas Brawijaya

Sumber: Data diolah Penulis, 2020.

Tabel tersebut diatas merupakan rangkuman dari penjelasan hasil wawancara narasumber. Hasil wawancara terdiri dari pertanyaan pihak yang melakukan kewajiban perhitungan pajak atas transaksi *cashback*, penggunaan NPWP sebagai instrumen yang digunakan dalam melakukan pendaftaran dalam *platform*, tarif yang digunakan dalam melakukan perhitungan pajak atas transaksi *cashback*, pihak yang melakukan kewajiban pembayaran pajak atas transaksi *cashback*, pihak yang melakukan kewajiban pelaporan pajak atas transaksi *cashback* yang dapat mendorong peningkatan *cooperative compliance* di Indonesia.

1. Yang pertama, pihak yang melakukan perhitungan pajak atas transaksi *cashback*, BKF dan *platform* memilih pengguna/WP yang melakukan perhitungan alasannya yaitu yang mengetahui nominal *cashback* secara pasti adalah pengguna dan penghasilan tersebut didapatkan oleh penerima penghasilan, pihak ketiga tidak bertanggungjawab kewajiban perpajakannya.

Akan tetapi dari sisi DJP dan pengguna memilih pihak ketiga alasannya karena Wajib Pajak dapat lebih mudah dan simple untuk melaksanakan kewajiban perhitungan.

2. Yang kedua, kelima narasumber berpendapat bahwa penggunaan NPWP tidak diperlukan sebagai instrumen yang digunakan dalam melakukan pendaftaran dalam *platform* dapat meningkatkan *cooperative compliance*. Narasumber berpendapat seharusnya pihak yang wajib mendaftarkan NPWP adalah penjual

(*seller*) karena kewajiban pajaknya yang lebih jelas dibandingkan dengan pengguna. Selain itu dikhawatirkan penggunaan NPWP tidak malah meningkatkan *cooperative compliance* namun malah mengurangi peluang pengguna untuk berbelanja dalam *platform* karena adanya syarat NPWP tersebut, mengingat di Indonesia masih banyak pengguna *platform* yang masih dibawah umur atau tidak berpenghasilan yang tidak memiliki NPWP.

3. Yang ketiga, mengenai tarif yang digunakan dalam melakukan perhitungan pajak atas transaksi *cashback*. BKF, pengguna dan *platform* Bukalapak menyatakan penggunaan tarif progresif memberikan keadilan bagi WP dalam perhitungan pajak atas *cashback* sesuai dengan unsur progresifitas, keadilan tersebut yang dapat membuat WP patuh dalam melakukan kewajiban pajaknya. DJP mengungkapkan sesuai peraturan bahwa penggunaan tarif tergantung dari pihak yang menerima penghasilan tersebut apabila WPOP maka tarif yang dikenakan adalah progresif dan apabila badan/BUT dan WPLN maka tarif yang digunakan adalah tarif tetap. Pengguna yang belum pernah melakukan pencairan *cashback* lebih setuju apabila tarif tetap digunakan dalam perhitungan pajak atas transaksi *cashback* karena membuat perhitungan pajak lebih mudah sehingga WP tidak merasa kesulitan.

4. Yang keempat, mengenai jenis PPh dalam pemajakan *cashback*. DJP menyatakan penggunaan PPh Final justru akan mendorong ketidakpatuhan WP karena tarif yang dikenakan otomatis akan lebih tinggi, kebalikannya penggunaan PPh Non Final lebih tepat untuk diterapkan. Oleh karena itu

kelima narasumber setuju bahwa penggunaan PPh Non Final dalam pemajakan *cashback* lebih mendorong *cooperative compliance* di Indonesia.

5. Yang kelima, mengenai pihak yang melakukan kewajiban pembayaran pajak atas transaksi *cashback*. BKF berpendapat pihak yang melakukan pembayaran pajak adalah WP itu sendiri alasannya bahwa perpajakan tidak hanya tentang melakukan melakukan pembayaran dan mengisi kas negara, harus dipahami tentang kesadaran dari WP untuk melaksanakan kewajibannya sendiri salah satunya untuk melakukan penyetoran pajak. Akan tetapi, narasumber yang lain berpendapat bahwa pihak ketiga lebih tepat dalam melakukan pembayaran pajak karena terjaminnya kepatuhan dalam melakukan pembayaran pajak sampai ke kas negara.

6. Yang keenam, mengenai pihak yang melakukan kewajiban pelaporan pajak atas transaksi *cashback*. Semua narasumber setuju bahwa yang kewajiban pelaporan pajak adalah kewajiban yang melekat pada WP itu sendiri. Terdapat usulan dari BKF bahwa otoritas harus memiliki data mengenai jumlah *cashback* yang dimiliki WP, sehingga dapat dilakukan *cross-check* mengenai nominal *cashback* yang dilaporkan dengan data yang didapatkan dari pihak ketiga, dalam hal ini juga dapat tercermin adanya penerapan *cooperative compliance*.

Maka berdasarkan pada analisis dan evaluasi peneliti terhadap indikator-indikator tersebut, dapat dikatakan bahwa penerapan *withholding tax* dapat mendorong peningkatan *cooperative compliance* para pengguna *cashback* di Indonesia, artinya *cooperative compliance* WP akan meningkat apabila atas

penghasilan *cashback* tersebut di potong dan/ dipungut oleh perusahaan penyedia *cashback*.



BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terkait alternatif sistem pemajakan transaksi *cashback* dalam meningkatkan *cooperative compliance* di Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Cashback* dapat dikategorikan sebagai penghasilan kena pajak berdasarkan *The Accretion Theory of Income* dan pasal 4 ayat 1 Undang-undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPH). Hal tersebut dengan pertimbangan yaitu (1) *Cashback* dapat menambah kemampuan ekonomis, (2) *Cashback* dapat diterima atau diperoleh seseorang dalam jangka waktu tertentu, (3) *Cashback* dapat berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia, (4) *Cashback* dapat dipakai untuk konsumsi maupun yang dipakai untuk menambah harta, seperti *cashback* dapat dipergunakan untuk kegiatan konsumsi (*consumption*), tabungan (*saving*) dan investasi, (5) *Cashback* berupa uang tunai, poin, voucher, maupun barang memenuhi unsur penghasilan dengan nama dan dalam bentuk apapun, sejatinya penghasilan tidak memandang bentuk dan jenis melainkan tambahan kemampuan ekonomisnya.
2. Sistem *withholding tax* adalah sistem yang paling tepat diterapkan dalam pemajakan transaksi *cashback* tersebut. Kewajiban menghitung dan menyetor pajak penghasilan dapat dilampahkan kepada pihak ketiga salah satunya

perusahaan. Mekanisme perhitungan pajak penghasilan transaksi *cashback* ini merupakan salah satu solusi yang diberikan oleh Direktorat Jendral Pajak untuk mempermudah para pengguna (konsumen) atau pihak lain yang akan menjadi *withholder* dalam melaksanakan beberapa kewajiban perpajakan yang telah disebutkan diatas.

3. Selanjutnya terkait dengan sistem pemungutan yang dapat meningkatkan *cooperative compliance* Wajib Pajak di Indonesia, sesuai dengan analisis peneliti maka *withholding tax* dirasa mampu meningkatkan *cooperative compliance*. Kemudahan yang terdapat *withholding tax* dapat memberikan perubahan perilaku WP menjadi lebih patuh. Artinya, berhasil atau tidaknya kebijakan ini harus dilihat dari kemudahan yang diberikan oleh aparatur perpajakan terlebih dahulu. Kemudahan tersebut dapat terlihat dari pemberian kemudahan dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan pajak. Selain itu kemudahan juga terlihat dari ketentuan atau regulasi pemajakan atas transaksi *cashback* berupa jenis PPh, tarif, DPP, dan biaya yang dapat dikurangkan sehingga dapat memberikan keadilan bagi pengguna.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu peneliti belum dapat melakukan konfirmasi dalam bentuk wawancara dengan perusahaan penyedia *cashback website* seperti Shopback, Pomona, Snapcart, dan lain-lain. Alasan peneliti belum dapat menkonfirmasi beberapa pertanyaan dengan perusahaan-perusahaan tersebut karena saat peneliti melakukan penelitian, perusahaan-perusahaan tersebut belum

berkenan untuk diwawancarai sebagai narasumber penelitian. Meskipun, perusahaan-perusahaan tersebut tidak menjadi narasumber dalam penelitian ini, bukan berarti penelitian ini, tidak memenuhi validitas dan realibilitas.

Penelitian ini menggunakan narasumber-narasumber yang berkompeten yaitu dari pihak Badan Kebijakan Fiskal, Direktorat Jendral Pajak, salah satu perusahaan *e-commerce* terkemuka di Indonesia yaitu Bukalapak, dan terakhir para pengguna transaksi *cashback*. Selain memilih narasumber yang berkompeten, penelitian ini juga didukung dengan data sekunder yang dapat dipertanggungjawabkan. Contohnya beberapa data-data yang digunakan diunduh langsung dari website resmi, menggunakan undang-undang dan peraturan resmi dari pemerintah yang masih berlaku.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka peneliti memberikan beberapa saran dalam bentuk strategi untuk menerapkan kebijakan *withholding tax* atas pajak penghasilan transaksi *cashback* yaitu terdiri atas empat saran. Pertama, antara Badan Kebijakan Fiskal dan Direktorat Jendral Pajak seharusnya bersama-sama bersinergi untuk memahami proses bisnis ini. Walaupun nominal penghasilan *cashback* yang didapatkan dalam sekali transaksi terlihat rendah namun tidak sedikit dari mereka meraup penghasilan yang tinggi setiap bulannya. Kurangnya pemahaman dan perhatian pada bisnis ini merupakan salah satu alasan yang menyebabkan *potential loss* pajak di Indonesia semakin meningkat. Artinya, kedua instansi pemerintah di bawah naungan Menteri

Keuangan tersebut harus tidak bisa terlena dengan perkembangan bisnis yang ada saat ini.

Kedua, otoritas perlu mengkaji ulang mengenai jenis-jenis *cashback* dan bagaimana sistem pemungutan pajak yang seharusnya dilakukan. Setelah itu, maka pemerintah dapat membuat kebijakan yang tegas mengenai pemajakan *cashback*. Hal ini bertujuan agar tidak ada kesimpangsiuran dan ketidakpastian dalam pemajakan *cashback*. Mengingat bahwa salah satu asas pemungutan pajak yaitu asas *certainty*.

Ketiga, untuk menerapkan kebijakan *withholding tax* atas pajak penghasilan transaksi *cashback* diperlukan kajian dan sosialisasi secara bertahap dan berkesinambungan bagi perusahaan penyedia *cashback* dan para penggunanya. Sehingga setiap *stakeholder* dalam kebijakan ini mengerahui dan memahami hak dan kewajiban yang harus dilakukan dan diterima.

Keempat, untuk penelitian selanjutnya perlu dikaji dan dianalisis lebih lanjut mengenai transaksi *cashback* sebagai alternatif pajak yang baru sesuai dengan prinsip perpajakan Adam Smith yaitu *equality*, *certainty*, *convinience of payment* dan *efficiency*. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan saran kepada otoritas untuk pemungutan pajak transaksi *cashback*, sehingga pelaksanaan pemungutan berjalan dengan tepat dan tujuan dari pemungutan pajak dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abdul Asri Harahap. (2004). *Paragdigma Baru Perpajakan Indonesia: Perspektif.*

Ekonomi Politik. Jakarta. Integnita Dinamika Press.

Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi.* Bandung: *Pustaka Setia.*

A. Muri Yusuf. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.* Kencana. Jakarta

Alink, Mattijs dam Victor van kommer (editor). (2000) *Handbook for tax administrations: Organizational Structure and Management of Tax Administration.* Koninklijke Vermande. *The Netherlands.*

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Rineka Cipta. Jakarta.

Brian J Arnold and Hugh J. Ault, *Comparative Income Taxation, A Strutral Analysis, Second Edition,* (Netherlands : Aspen Publishers, Inc)

Brooks, W. A. (1952). *A Study of One Hundred Fifty Income Statements of Industrial Corporations for the Years 1940, 1945 and 1950* (Doctoral dissertation, University of Kansas, Business Administration).

Creswell, JW. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Traditions.* CA: Sage Publications. Thousand Oaks.

Creswell, John W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed.* Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Chaizi, Nasucha. (2004). *Reformasi Administrasi Publik: Teori dan Praktik.* Grafindo. Jakarta.

Goode, R. B. (1964). *The individual income tax* (Vol. 6). Washington: Brookings Institution.

Darussalam, Danny, S., B.Bawono, K., & Denny, V. (2019). *Era Baru Hubungan Otoritas Pajak dengan Wajib Pajak. Dimensi Internasional Tax: Jakarta*

Dewinta, R. M., & Syafruddin, M. (2012). *Pengaruh Persepsi Pelaksanaan Sensus Pajak Nasional dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Lingkungan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Gunadi, 2006, Reformasi Administrasi Perpajakan dalam rangka kontribusi menuju good governance, Pidato Pengukuhan Guru Besar Perpajakan FISIP UI, Jakarta.

Haig, Robert M. (1921). *Konsep Penghasilan Aspek Ekonomi dan Hukum*. Pajak Penghasilan Federal. Columbia University Press. New York.

Haula Rosdiana. 2011. *Tata Cara Perpajakan*. Jakarta: Visimedia

Herdiansyah, Haris. (2015). *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. PT. Rajadrafindo Persada. Depok.

Henry C. Simons. (1938). *Perpajakan Penghasilan Pribadi: Definisi Penghasilan Sebagai Masalah Kebijakan Fiskal*.

Henry C Simons. (1980). *Personal Income Taxation*. The University of Chicago Press. Chicago.

Holmes, K. (2001). *The concept of income: a multi-disciplinary analysis* (Vol. 1). IBFD.

Indradie, Andri dan Silvana Maya Pratiwi. (2016) *Fintech Menjamur, Regtech Harus Meluncur*. Kontan.

Jatmiko, A. N. (2006). *Pengaruh Sikap Wajib Pajak pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).

Katarzyna Bronzewska. 2016. *Cooperative compliance : a new approach to managing taxpayer relations in Amsterdam The Netherlands by IBFD Publications*

- Kelman, H. (2002). *Compliance, Identification, And Internalization: Three Process of Attitude Change*, dalam *Problems in Sosial Psychology*, McGrawhill, New York.
- Kevin Holmes, (2001). *The Concept Of Income A Multi-Disciplinary Analysis*, IBFD Publications. Amsterdam.
- Kevin Holmes. (2004). *The Concept of Income: A Multi-disciplinary Analysis*. IBFD Publications. Netherlands.
- Mandolang. (2007). *Metodologi Penelitian*. Padang : UNP PRESS
- Mardiasmo. (2008). *Perpajakan (edisi Revisi 2008)*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Mansury, R. (1996). *Panduan Konsep Utama Pajak Penghasilan Indonesia. Jilid 2*, PT. Bina Rena Pariwara: Jakarta.
- Mansury. R. (1992). *Panduan Konsep Utama Pajak Penghasilan Indonesia: Metode Baru*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Mansury, R. (2002). *Pajak penghasilan Lanjutan Pasca Reformasi 2000*. Yayasan Pengembangan dan Penyebaran Pengetahuan Perpajakan. Jakarta.
- Mardiasmo. (2012). *Perpajakan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Milles, M.B. and Huberman, M.A. (1984). *Qualitative Data Analysis*. Sage Publication. London.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- OECD. (2004). *OECD Principles of Corporate Governance*. The OECD Paris.
- OECD. (2008). *Study into the role of tax intermediaries*. OECD
- OECD. (2010). *The Changing Tax Compliance Environment and the Role of Audit*. OECD
- Pohan, C. A. (2017). *Pembahasan Komprehensif Pengantar Perpajakan Teori dan Konsep Hukum Pajak. Edisi Dua*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Rahayu, S. K. (2010). *Perpajakan Indonesia: konsep dan aspek formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Rimsky K. Judisseno, (2002), *Pajak dan Strategi Bisnis : Suatu Tinjauan tentang Kepastian Hukum dan Penerapan akuntansi di Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosdiana, Haula dan Irianto, Edi Slamet. (2012). *Pengantar Ilmu Pajak*. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Rosdiana, Haula dan Irianto, Edi Slamet. (2014). *Pengantar Ilmu Pajak Kebijakan Dan Implementasi di Indonesia*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Rusjdi, Muhammad, 2007. PPh: Pajak Penghasilan, Edisi Keempat, Indeks, Jakarta.
- Schanz, Georg von. (1896). *Der Einkommens begriff und die Einkommensteuergesetze*. Finanzarchiv.
- Schneider, Henrique. 1970. *Creative Destruction and Sharing Economy*
- Simanjuntak dan Mukhlis. (2012). *Dimensi Ekonomi Perpajakan dalam Pembangunan Ekonomi*. Raih Asa Sukses.
- Simons, Henry. (1938). *Pajak Penghasilan Pribadi: Definisi Penghasilan sebagai Masalah Kebijakan Fiskal*. University of Chicago Press. Chicago.
- Soemitro, Rochmat. (1998), *Azas Dan Dasar Perpajakan 2*, Refika Aditama, Jakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian Kuantitati, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumyar. (2004) *Dasar-Dasar Hukum Pajak Dan Perpajakan. Cet.1*, Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.
- Thuronyi, Victor. 1998. *Tax Law Design and Drafting*, (Washington DC: International Monetary Fund,
- Yudkin, L. (1971). *A Legal Structure for Effective Income Tax Administration*. International Tax Program, Harvard Law School.
- Wibisono, Gunawan, 1977. *Pajak Pendapatan*. Jakarta
- Widodo, Widi, dkk. 2010. *Moralitas, Budaya dan Kepatuhan Wajib Pajak*. Alfa Beta. Bandung.

JURNAL DAN KARYA ILMIAH LAIN

Akbar, I. N., D. Atmanto dan A. Jauhari. (2015). *Pengaruh Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi terhadap Pelaksanaan Self assessment system*. Jurnal Perpajakan. Jejak.

Ballestar, M. T., Sainz, J., & Torrent-Sellens(2016). *Social networks on cashback websites*. *Psychology & Marketing*, 33(12), 1039-1045.

Darmayasa, I Nyoman., Aneswari, Yuyung Rizka., & Yusdita, Elana Era. 2016. *Meningkatkan Kepatuha dan Penerimaan Pajak Melalui Withholding Tax System*. Jurnal InFestasi. 2 No. 2, 203-216.

Dewinta, Rinta Mulia dan Syafruddin. (2012). *Pengaruh Persepsi Pelaksanakan Sensus Pajak Nasional dan Kesadaran Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Lingkungan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta*. Fakultas Akuntansi Diponegoro. Universitas Diponegoro.

Diamastuti, E. (2018). *Ke (tidak) patuhan WP: potret self assessment system*. EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan), 20(3), 280-304.

Ho, Y. C. (2014). *The Impact of Digital Marketing on Firms' Strategies and Consumers' Post-purchase Behavior* (Doctoral dissertation).

International Tax Glossary. (1998-1992). *Internasional Burean of Fiscal Documentation.*, International Tax Glosary, Third Edition Completelu Revised, IBFD

Lasmaya, S. M., & Fitriani, N. N. (2017). *Pengaruh Self Assesment System Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(2), 69-78.

Laukkanen, T., Lauronen, J., (2005). *Consumer value creation in mobile banking services*. *International Journal of Mobile Communications* 3 (4), pp.325–338.

Mathison, Sandra. (1988). *Why triangulate?*. *Educational Researcher* 17(2):13-17

Mckinsey (2018). *The digital archipelago: How online commerce is driving Indonesia's economic development*. Mckinsey&Company.

- Rantung, T. V., & Adi, P. H. (2009). *Dampak Program Sunset Policy Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar*. Makalah Simposium Nasional Perpajakan II. Madura.
- Saad, N. (2014). *Tax Knowledge, Tax Complexity and Tax Compliance: Taxpayers View*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Universitas Utara Malaysia. Malaysia.
- Sadhani, D. (2004). Peran serta Akuntan dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. *Makalah disampaikan pada Kongres Nasional Ikatan Akuntan Indonesia V*.
- Tarjo dan I. Kusumawati. (2006). *Analisis Prilaku WP Orang Pribadi terhadap Pe-laksanaan Self Assessment System: Satu Studi di Bangkalan*. *JAAI*.
- Thomas, Kathleen Delaney. 2017. *Taxing the Gig Economy*. University of Pennsylvania Law Review, Forthcoming UNC Legal Studies Research. No. 1894394.
- Y.-W. Zhou dkk., (2017) *Pricing and rebate strategies for an e-shop with a cashback website*. *European Journal of Operational Research*. Europa.
- Zhou, Y. W., Cao, B., Tang, Q., & Zhou, W. (2017). *Pricing and rebate strategies for an e-shop with a cashback website*. *European Journal of Operational Research*, 262(1), 108-122.

ARTIKEL ONLINE

- Advianto, L. H. S. (2014). Pemotongan dan Pemungutan Pajak Penghasilan. <http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/167-artikel-pajak/12682-pemotongan-dan-pemungutan-pajak-penghasilan>. Diakses pada 27 November 2019.
- ATO. (2019). *Compliance Model*: www.ato.gov.au. Diakses pada 15 Februari 2020.
- Bank Indonesia. (2016). *Sistem pembayaran*. Retrieved from Bank Indonesia: <http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/Contents/Defalut.aspx>. Diakses pada 14 Januari 2020.

Bukalapak. (2020). *Bukareksa*: <https://Bukalapak.co.id>. Diakses pada tanggal 22 April 2020.

Bukareview (2019). *Pengertian Cashback, Jenis-Jenis Cashback, dan Bedanya Dibandingkan Diskon*: <https://review.bukalapak.com/finance/3-jenis-cashback-yang-perlu-kamu-tahu-agar-pengeluaran-membawa-keuntungan-66069>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2020.

Bumn.go.id (2020) *PLN - DJP Teken MoU Integrasi Data Perpajakan*: <http://www.bumn.go.id/pln/berita/1-PLN--DJP-Teken-MoU-Integrasi-Data-Perpajakan> : Diakses pada tanggal 23 Januari 2020.

Tax Act (2018) *Will Credit Card Rewards Soon Be Classified as Taxable Income?*: <https://review.taxact.com/credit-card-rewards-as-taxable-income/>: Diakses pada tanggal 12 Januari 2020.

CNBC Indonesia. (2020). *E-Money Semakin Marak, Bagaimana Nasib Uang Kertas & Logam*: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200108133437-37-128547/e-money-semakin-marak-bagaimana-nasib-uang-kertas-logam>. Diakses pada tanggal 1 Januari 2020.

CNBC Indonesia. (2019). *Aviliani: Kepatuhan Pajak di Indonesia Masih Rendah*: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190326160157-4-63008/aviliani-kepatuhan-pajak-di-indonesia-masih-rendah>. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.

DDTC News (2020). *Antara Pemajakan Global dan Schedular, Pilih Mana?*: https://news.ddtc.co.id/antara-pemajakan-global-dan-schedular-pilih-mana-18716?page_y=2691. Diakses pada tanggal 18 Juni 2020.

DDTC News (2018). *Persepsi Masyarakat Indonesia Soal Pajak*: <https://news.ddtc.co.id/persepsi-masyarakat-indonesia-soal-pajak-11752>. Diakses pada tanggal 15 Januari 2020.

Hollandfintech. (2015). *The evolution of Fintech: A new post-crisis paradigm*. <http://hollandfintech.com/the-evolution-of-fintech-a-new-post-crisis-paradigm/>. Diakses pada tanggal 22 November 2019.

Katadata (2020). *Persaingan Bisnis Dompot Digital Makin Ketat dan Mengerucut*: <https://katadata.co.id/berita/2019/10/07/persaingan-bisnis-dompot-digital-makin-ketat-dan-mengerucut>: Diakses pada tanggal 13 April 2020).

Kemenkominfo (2019). Rudiantara: *Tekfin Dorong Indonesia ke Ekonomi Digital*:

https://www.kominfo.go.id/content/detail/19461/rudiantara-tekfin-dorong-indonesia-ke-ekonomi-digital/0/sorotan_media Diakses pada tanggal 14

Januari 2020.

Kemenkeu RI (2019). *Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2019*:

<https://www.pajak.go.id/sites/default/files/202002/LAKIN%20DJP%202019.pdf>. Diakses pada tanggal 21 Februari 2020.

Kemenkeu (2018). Mengenal Account Representative: <https://klc.kemenkeu.go.id/mengenal-account-representative>. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.

Kontan News (2020). *Pajak E-Commerce Tuai Pro Kontra Bagaimana*

Penerapannya: <https://insight.kontan.co.id/news/pajak-e-commerce-tuai-pro-kontra-bagaimana-kesiapannya>. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.

Ortax (2019). *Tugas dan Fungsi Account Representative*:

https://www.ortax.org/ortax/?mod=forum&page=show&idtopik=45560&hl_m=1. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.

Pajak.go.id (2020). *Piramida Terbalik di Singapura, Reformasi Perpajakan di*

Indonesia: [https://www.pajak.go.id/artikel/piramida-terbalik-di-singapura-reformasi-perpajakan-di-indonesia#:~:text=Piramida%](https://www.pajak.go.id/artikel/piramida-terbalik-di-singapura-reformasi-perpajakan-di-indonesia#:~:text=Piramida%20terbalik%20di%20singapura). Diakses pada tanggal 27 Januari 2020.

Pajak.go.id (2017) *Kepatuhan Wajib, Pajak Versus Kemudahan Membayar Pajak*:

<https://www.pajak.go.id/id/artikel/kepatuhan-wajib-pajak-versus-kemudahan-membayar-pajak>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020.

Shopback (2019). *Riset: Diskon dan Cashback Jadi Senjata Ampuh Tarik Minat*

Pelanggan: <https://www.inews.id/finance/bisnis/riset-diskon-dan-cashback-jadi-senjata-ampuh-tarik-minat-pelanggan>. Diakses pada tanggal 13 Desember 2019.

Tech in Asia (2019). *10 Layanan Fintech dengan Pertumbuhan Tercepat di*

Indonesia Menurut IDC: <https://id.techinasia.com/10-layanan-fintech-pertumbuhan-tercepat>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2020.

Tech in Asia (2014). *8 Marketplace Terbaik Di Indonesia Untuk Membantu Anda Berjualan Online*. <https://id.techinasia.com/marketplace-online-terbesar-indonesia-belanja>. Diakses pada tanggal 22 April 2020

Tempo (2018). *3 Langkah Ditjen Pajak Permudah Pembuatan NPWP*. <https://bisnis.tempo.co/read/1076392/3-langkah-ditjen-pajak-permudah-pembuatan-npwp>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2020.

PERATURAN

Bank Indonesia (2017) *Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*.

Direktorat Jendral Pajak (2015) *Peraturan Dirjen No-11/PJ/2015 tentang Pajak Penghasilan atas Hadiah dan Penghargaan*

Direktorat Jendral Pajak (2015). *Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 31 Tahun 2012 tentang Pemberian dan Penghimpunan Data dan Informasi yang Berkaitan dengan Perpajakan*.

Direktorat Jendral Pajak (2015). *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 39/PMK.03/2016 tentang Rincian Jenis Data dan Informasi serta Tata Cara Penyampaian Data dan Informasi yang Berkaitan dengan Perpajakan*.

Direktorat Jendral Pajak (2008) *Undang-Undang No. 35 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan*.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Curriculum Vitae

BIODATA

Nama : Naja Asoka
 Nomor Induk Mahasiswa : 165030401111022
 Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 03 Juli 1998
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Email : Najaasoka56@gmail.com
 Alamat Asal : Perum Oma Campus
 Blok AA2 No.1
 Sengkaling
 Malang



RIWAYAT PENDIDIKAN

Pendidikan Formal

TK PGRI I Batu	Tahun 2002 – 2004
SD Ngaglik 1 Batu	Tahun 2004 – 2010
SMPN 2 Batu	Tahun 2010 – 2013
SMAN 1 Batu	Tahun 2013 – 2016
Program Studi Perpajakan Universitas Brawijaya	Tahun 2016 – 2020

PENGALAMAN MAGANG

Tax Compliance and Litigation Services – DDTC, Jakarta Utara 2019

PENGALAMAN ORGANISASI

Staff Biro MMB Himpunan Mahasiswa Perpajakan (2017)
 Staff Departemen Karawitan Sanggar Seni Mahasiswa (2017)
 Staff Biro Edukasi Himpunan Mahasiswa Perpajakan (2018)

PENGALAMAN KEPANITIAAN

Ketua Pelaksana Tax Planning Competition, 2019
 Koordinator Sie Perlengkapan Tax Discussion, 2018
 Sekretaris Pelaksana Mini Showcase, 2018
 Koordinator Sie Danus Himapajak Social Movement, 2018
 Koordinator Sie Konsumsi Simfoni Senja 3, 2019

PELATIHAN DAN SEMINAR

Sertifikat Microsoft Office Dekstop Application (Universitas Brawijaya)

Sertifikat TOEFL (Universitas Brawijaya)

Relawan Pajak (Tax Center)

Pelatihan Zahier (Lab Akuntansi dan Keuangan)

Peserta Seminar Nasional Membangun Tax Compliance Dalam Sistem Pajak Modern, 2017

Peserta Seminar Nasional Memacu Persiapan Perpajakan Indonesia Dalam Menghadapi Ekonomi Digital di Era Globalisasi, 2018



Lampiran 2. Surat Pernyataan kepada DJP

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naja Asoka
 Nomor Pokok Mahasiswa : 165030401111022
 Perguruan Tinggi : Universitas Brawijaya
 Alamat domisili/rumah : Jln Perum Oma Campus Blok AA2 No 1 Malang, Jawa Timur
 Telepon/Hp/email : 082333883973/najaasoka56@gmail.com

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa setelah selesai melaksanakan penelitian (riset) di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak bersedia menyerahkan 1 (satu) eksemplar salinan hasil penelitian (riset) untuk keperluan dokumentasi di Perpustakaan DJP. Hasil riset akan dikirimkan ke alamat sebagai berikut:

1. *Hard-copy*
 Perpustakaan Kantor Pusat DJP
 Gedung Utama lantai 3
 Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 40-42, Jakarta Selatan 12190

atau

2. *Soft-copy*
 email: perpustakaan.pajak@gmail.com dan/atau perpustakaan@pajak.go.id

Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Malang, 23 Maret 2020



Naja Asoka

Lampiran 3. Surat Balasan DJP



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
DIREKTORAT PENYULUHAN, PELAYANAN, DAN HUBUNGAN
MASYARAKAT

JALAN GATOT SUBROTO NOMOR 40-42 JAKARTA 12190 TELEPON (021) 5250208; FAKSIMILE (021) 5736088; SITUS
 www.pajak.go.id LAYANAN INFORMASI DAN PENGADUAN KRING PAJAK (021) 1500200 EMAIL pengaduan@pajak.go.id;
 informasi@pajak.go.id

Nomor : S-192/PJ.09/2020 20 April 2020
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Hal : Pemberian Izin Riset a.n. Naja Asoka

Yth. Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Menanggapi surat Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya nomor 2585/UN10.F03.12/PN/2020 tanggal 15 Maret 2020 hal Riset/ Survey atas:

Nama/NPM : Naja Asoka /165030401111022

dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melakukan penelitian (riset) pada **Direktorat Peraturan Perpajakan II**, sepanjang bahan-bahan keterangan/data yang didapat hanya digunakan untuk keperluan akademis dan tidak menyangkut rahasia jabatan/Negara sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 34 Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009.

Surat izin ini berlaku selama 6 (enam) bulan sejak tanggal diterbitkan dan dapat diperpanjang paling lama 3 (tiga) bulan dengan mengajukan perpanjangan secara tertulis yang disampaikan paling lambat 1 (satu) minggu sebelum berakhirnya masa berlaku surat ini.

Setelah selesai melaksanakan riset/penelitian, mahasiswa yang bersangkutan wajib menyerahkan salinan hasil penelitian (riset) tersebut dalam bentuk *hard-copy* ke Perpustakaan Kantor Pusat DJP dengan alamat Gedung Utama, Lantai 3 Jl. Jenderal Gatot Subroto Kav. 40-42 Jakarta Selatan 12190 dan dalam bentuk *soft-copy* melalui email: perpustakaan.pajak@gmail.com dan/atau perpustakaan@pajak.go.id.

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

a.n Direktur Penyuluhan, Pelayanan,
 dan Hubungan Masyarakat
 Kepala Subdirektorat Penyuluhan
 Perpajakan



Ditandatangani secara elektronik
 Aan Almaidah Anwar

Tembusan:
 Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat



Lampiran 4. Dokumentasi Riset Skripsi



1. Wawancara bersama Ety Rachmawati selaku pelaksana Subbidang Pemotongan dan Pemungutan Pajak dan Hara Ifri Situmorang selaku pelaksana Subbidang PPh Badan pihak Peraturan Perpajakan II Direktorat Jendral Pajak Pusat.



2. Wawancara bersama Ferry Afi Andi selaku Analis Kebijakan pada Pusat Kebijakan Pendapatan Negara pada Badan Kebijakan Fiskal



3. Wawancara bersama Rizal Rahardian selaku Tax Analyst spesialisasi Withholding Tax di PT Bukalapak



4. Wawancara dengan Jihad Trisakti selaku pengguna Bukalapak (belum pernah melakukan pencairan *cashback*).



5. Wawancara dengan David Ahmad selaku pengguna Bukalapak (belum pernah melakukan pencairan *cashback*).



6. Wawancara dengan Ghofur selaku pengguna Bukalapak (pernah melakukan pencairan *cashback*).

Lampiran 5. Peraturan DJP Nomor PER-11/PJ/2015 tentang Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Hadiah Dan Penghargaan.

**KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
SALINAN**

**PERATURAN DIREKTUR JENDERAL PAJAK
NOMOR PER-11/PJ/2015
TENTANG
PENGENAAN PAJAK PENGHASILAN ATAS HADIAH DAN PENGHARGAAN
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA,
DIREKTUR JENDERAL PAJAK,**

- Menimbang :**
- a. bahwa ketentuan mengenai pengenaan Pajak Penghasilan atas hadiah dan penghargaan telah diatur dalam Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-396/PJ./2001 tentang Pengenaan Pajak Penghasilan atas Hadiah dan Penghargaan;
 - b. bahwa dalam rangka memberikan kepastian hukum dan untuk kelancaran pelaksanaan pengenaan Pajak Penghasilan atas hadiah dan penghargaan;
 - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak tentang Pengenaan Pajak Penghasilan atas Hadiah dan Penghargaan;
- Meningat :**
1. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1983 Nomor 50, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3263) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 133, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4893);
 2. Peraturan Pemerintah Nomor 133 Tahun 2000 tentang Pajak Penghasilan atas Hadiah Undian (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 237, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4040);

-2-

3. Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Per-31/PJ/2012 tentang Pedoman Teknis Tata Cara Pemotongan, Penyeteroran dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 21 dan/atau Pajak Penghasilan Pasal 26 Sehubungan Dengan Pekerjaan, Jasa, dan Kegiatan Orang Pribadi;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN DIREKTUR JENDERAL PAJAK TENTANG PENGHANAAN PAJAK PENGHASILAN ATAS HADIAH DAN PENGHARGAAN.

Pasal 1

Dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak ini, yang dimaksud dengan:

1. Hadiah undian adalah hadiah dengan nama dan dalam bentuk apapun yang diberikan melalui undian;
2. Hadiah atau penghargaan perlombaan adalah hadiah atau penghargaan yang diberikan melalui suatu perlombaan atau adu ketangkasan;
3. Hadiah sehubungan dengan kegiatan adalah hadiah dengan nama dan dalam bentuk apapun yang diberikan sehubungan dengan kegiatan yang dilakukan oleh penerima hadiah;
4. Penghargaan adalah imbalan yang diberikan sehubungan dengan prestasi dalam kegiatan tertentu.

Pasal 2

Penghasilan berupa hadiah dari undian, perlombaan, serta kegiatan dan penghargaan merupakan objek Pajak Penghasilan.

Pasal 3

- (1) Atas hadiah undian dipotong Pajak Penghasilan Pasal 4 ayat (2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari jumlah penghasilan bruto dan bersifat final oleh penyelenggara undian.

/

-4-

(2) Hadiah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan objek Pajak Penghasilan yang wajib dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan Pajak Tahunan Wajib Pajak yang bersangkutan.

Pasal 5

Pada saat Peraturan Direktur Jenderal Pajak ini mulai berlaku, Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-395/PJ./2001 tentang Pengenaan Pajak Penghasilan atas Hadiah dan Penghapusan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 6

Peraturan Direktur Jenderal Pajak ini mulai berlaku pada tanggal 1 Mei 2015.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 3 Maret 2015
DIREKTUR JENDERAL PAJAK,

ad

SIGIT PRADI PRAMUDITO

Salinan sesuai dengan aslinya

SEKRETARIS DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

n. h.

KAPALA BAGIAN ORGANISASI DAN TATA LAKSANA



HANTRIONO JOKO SUSILO

NIP 196812221991031006

Lampiran 6. Tata cara pencairan *cashback* pada fitur Bukadompet Bukalapak.

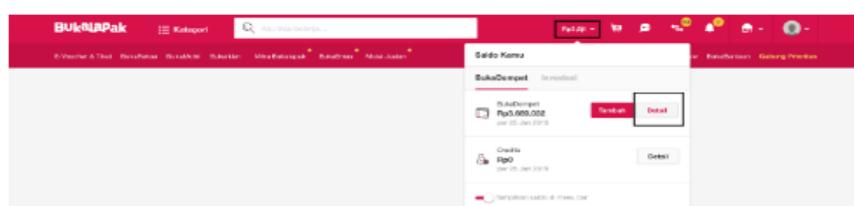
Cara Mencairkan Dana BukaDompet ke Rekening

Berikut cara mencairkan dana BukaDompet di Bukalapak:

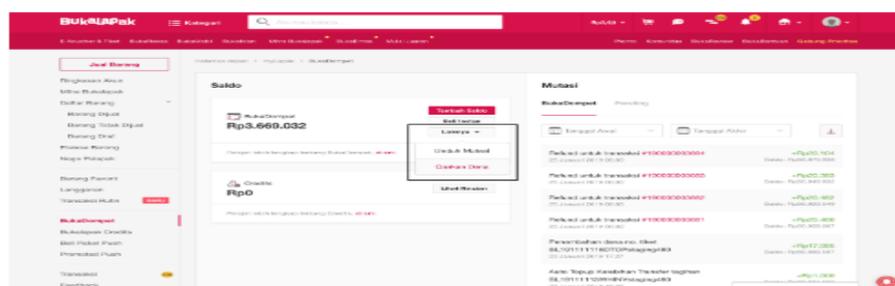
Pengguna Telah Verifikasi Akun Bukalapak

Desktop Mobile Apps

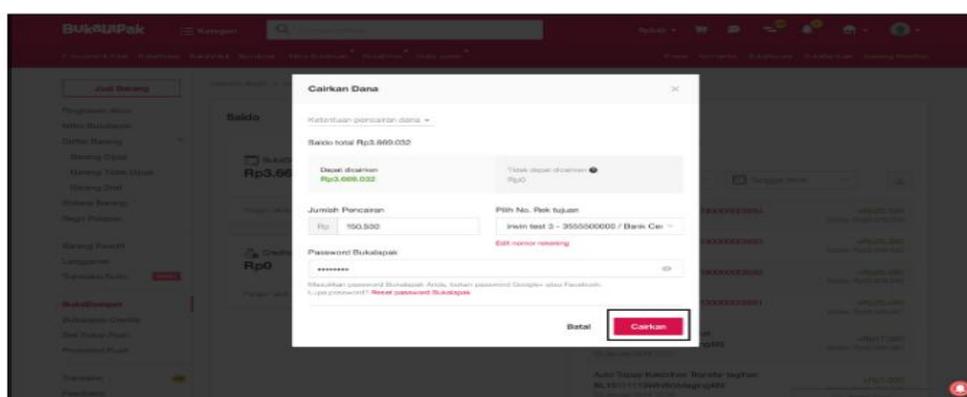
1. Login ke akun Bukalapak.
2. Klik menu saldo Bukalapak pada menu bar, lalu klik **Detail** pada saldo BukaDompet.



3. Pengguna akan masuk ke halaman BukaDompet. Klik **Lainnya**, lalu pilih **Cairkan Dana**.



4. Masukkan **Jumlah Pencairan** dan **Pilih No. Rek tujuan** yang ingin dicairkan.
5. Masukkan **Password Bukalapak**.
6. Klik **Cairkan**.



7. Pencairan dana berhasil diajukan dan akan diproses oleh Bukalapak.

