
Penerapan Pajak Pertambahan Nilai terhadap Objek Pajak yang Dijual di Online Marketplace

Yunita Amanda Faizah¹, Norman Edy²

^{1,2} Universitas Jayabaya, Indonesia

Email: yunitaamandaf2002@gmail.com, normanedy481@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace, faktor apa saja yang mendukung pemerintah dalam menerapkan pengenaan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace, serta apa saja kendala dalam penerapan pengenaan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan cara mengumpulkan data melalui metode wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan yang hasilnya dijabarkan sesuai dengan yang terjadi saat proses pengumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan pajak pertambahan nilai di online marketplace dikenakan pada tiga proses bisnis yaitu, pada jasa penyediaan tempat dan waktu oleh penyedia platform marketplace, pada proses penjualan barang atau jasa ke pihak konsumen melalui transaksi di online marketplace, serta pada penyetoran hasil penjualan barang atau jasa dari penyedia platform marketplace kepada pedagang atau penyedia jasa yang melakukan usahanya di online marketplace. Pengenaan PPN pada kegiatan transaksi melalui online marketplace ini wajib dilakukan mengingat bahwa potensi penerimaannya cukup besar. Tetapi, ada beberapa kendala yang dihadapi dalam penerapan pajak pertambahan nilai di online marketplace ini yaitu adanya transaksi online yang sulit dideteksi jenis usahanya sehingga berdampak pada sulitnya pemerintah untuk menetapkan aturan yang adil. Selain itu, pemerintah juga masih berusaha untuk melakukan sosialisasi secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Kata kunci: pajak, pajak pertambahan nilai, online marketplace

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace, faktor apa saja yang mendukung pemerintah dalam menerapkan pengenaan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace, serta apa saja kendala dalam penerapan pengenaan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan cara mengumpulkan data melalui metode wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan yang hasilnya dijabarkan sesuai dengan yang terjadi saat proses pengumpulan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan pajak pertambahan nilai di online marketplace dikenakan pada tiga proses bisnis yaitu, pada jasa penyediaan tempat dan waktu oleh penyedia platform marketplace, pada proses penjualan barang atau jasa ke pihak konsumen melalui transaksi di online marketplace, serta pada penyetoran hasil penjualan barang atau jasa dari penyedia platform marketplace kepada pedagang atau penyedia jasa yang melakukan usahanya di online marketplace. Pengenaan PPN pada kegiatan transaksi melalui online marketplace ini wajib dilakukan mengingat bahwa potensi penerimaannya cukup besar. Tetapi, ada beberapa kendala yang dihadapi dalam penerapan pajak pertambahan nilai di online marketplace ini yaitu adanya transaksi online

yang sulit dideteksi jenis usahanya sehingga berdampak pada sulitnya pemerintah untuk menetapkan aturan yang adil. Selain itu, pemerintah juga masih berusaha untuk melakukan sosialisasi secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Keywords: Pajak, Pajak Pertambahan Nilai, Online Marketplace

PENDAHULUAN

Berbagai layanan dan manfaat bisa didapatkan dengan penggunaan internet, dari layanan penyedia informasi dan komunikasi, hiburan, pendidikan, hingga perekonomian. Sejak munculnya pandemi COVID-19 pada tahun 2020 silam, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat mencapai 196,71 juta jiwa dan mengalami kenaikan hingga 8,9 persen dibandingkan tahun sebelumnya (Santika, 2023) (Sitepu, 2023). Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, hingga kini berdasarkan survey terakhir yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024 pengguna internet mencapai 221,56 juta jiwa dari populasi 278,69 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.

Dikarenakan proses pemasaran produk ke konsumen lebih efektif dengan menggunakan internet, banyak pihak yang mulai mengalihkan bisnisnya ke perdagangan berbasis online. Tidak seperti pola transaksi konvensional dimana transaksi perdagangan dilakukan dengan penjual dan pembeli berinteraksi langsung di suatu tempat, saat ini transaksi perdagangan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan mudah hanya dengan menggunakan internet. Transaksi seperti ini dinamakan dengan e-commerce. Salah satu model transaksi *e-commerce* adalah *online marketplace* (Fitriandi, 2020) (Koplan, 2022) (Jabat et al., 2022).

Dengan adanya fenomena COVID-19 menjadi salah satu faktor perkembangan online marketplace di Indonesia (Lupiana & Kusumajaya, 2021). Karena pada saat itu toko maupun pusat perbelanjaan harus ditutup, sehingga banyak pelaku usaha yang mengalihkan usahanya ke dalam bentuk online marketplace. Hingga saat ini, para pelaku usaha online marketplace semakin banyak diminati dikarenakan konsumen yang merasakan kenyamanan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi produk, kemudahan dalam proses pembayaran yang fleksibel, kecepatan pengiriman barang, dan lain sebagainya (Andjani & Rosando, 2023). Oleh sebab itu, kini konsumen lebih memilih untuk berbelanja online melalui online marketplace dibandingkan berbelanja langsung ke tokonya. Dari sisi pelaku usaha, kemudahan yang didapatkan dalam membuka usaha melalui online marketplace yaitu proses pembukaan usaha dan pencatatan transaksinya yang lebih mudah serta hemat biaya karena tidak memerlukan suatu bangunan atau toko resmi untuk menjual produknya. Berdasarkan survey yang dilakukan APJII pada tahun 2023, menunjukkan bahwa para pelaku bisnis UMKM sebanyak 73,73% lebih memilih platform online marketplace Tokopedia untuk berjualan, lalu di posisi kedua diikuti dengan online marketplace Lazada sebanyak 38,81%, di urutan ketiga ada online marketplace Shopee dengan 34,33%, dan di urutan terakhir ditempati oleh online marketplace Blibli dengan 12,54%.

Perkembangan online marketplace yang pesat ini tentu bisa memberikan banyak keuntungan yang dapat menjadi kontribusi yang besar bagi pendapatan atau penerimaan negara melalui pajak (Yoganingsih & Husadha, 2021) (Febrianti et al., 2021). Perdagangan secara online ini sangat berpotensi untuk dikenakan pajak, contohnya adalah pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (Hartati et al., 2024). Dengan adanya pendapatan besar itu, tentunya membuat pemerintah sadar bahwa memang perlu adanya sebuah kebijakan yang mengatur transaksi perdagangan melalui online tersebut. Pemerintah secara resmi

telah mencabut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.10/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) (Syakirah et al., 2023) (Wandani & Wijaya, 2023). Pencabutan peraturan itulah yang menimbulkan pro dan kontra antara pihak pengamat pajak dan pihak pelaku UMKM. Sesuai dengan asas kesamaan pemungutan pajak yang dikemukakan oleh W.J. Langen, seharusnya melalui regulasi yang ditetapkan pemerintah segala perdagangan dan transaksi yang dilakukan secara online sudah dikenakan pajak sesuai ketentuan yang berlaku serta semua pelaku usaha yang melakukan perdagangan melalui online marketplace memahami bagaimana perlakuan perpajakan pada barang dan/atau jasa yang dijual di online marketplace, sehingga penerimaan pajak juga bisa dimanfaatkan secara efektif. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan peraturan mengenai pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace (Lulage et al., 2023).

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace, mengetahui faktor-faktor yang mendukung pemerintah dalam menerapkan pengenaan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace, mengetahui kendala-kendala dalam penerapan pengenaan pajak pertambahan nilai terhadap objek pajak yang dijual di online marketplace. Sedangkan untuk manfaat penelitian ini yaitu untuk memberikan pemahaman tentang penerapan pajak pertambahan nilai (PPN) pada objek pajak yang dijual di online marketplace, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung pemerintah dalam menerapkan PPN di online marketplace, menganalisis kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan PPN di online marketplace serta memberikan rekomendasi atau masukan bagi pemerintah dalam upaya penerapan PPN yang lebih efektif di online marketplace.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami penerapan PPN di online marketplace, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan kendala yang dihadapi, sehingga dapat memberikan masukan bagi pemerintah dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak di sektor e-commerce.

METODE PENELITIAN

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang berusaha menyimpulkan, menyajikan, serta menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap objek yang diteliti berdasarkan fakta yang didapatkan di lapangan. Menurut Sugiono (2018) analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian di kontruksikan menjadi hipotesis atau teori. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bagaimana Penerapan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Objek Pajak Yang Dijual di Online Market Place sesuai dengan apa yang didengar dan dilihat saat melakukan proses wawancara. Data yang diperoleh peneliti akan diolah dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang sudah ada.

Data yang dikumpulkan oleh penulis merupakan hasil dari wawancara dengan narasumber yang berkaitan erat dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini. Selain itu, dalam penyusunan penelitian ini penulis juga menggunakan metode dokumentasi dan studi kepustakaan atas data, dokumen, arsip, jurnal, dan buku yang relevan terhadap penelitian. Wawancara dilakukan oleh seorang petugas pajak di KPP Madya Dua Jakarta Utara dan seorang staff dalam perusahaan PKP yang menjalankan usahanya di online marketplace.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penerapan Pajak Pertambahan Nilai di Online Marketplace

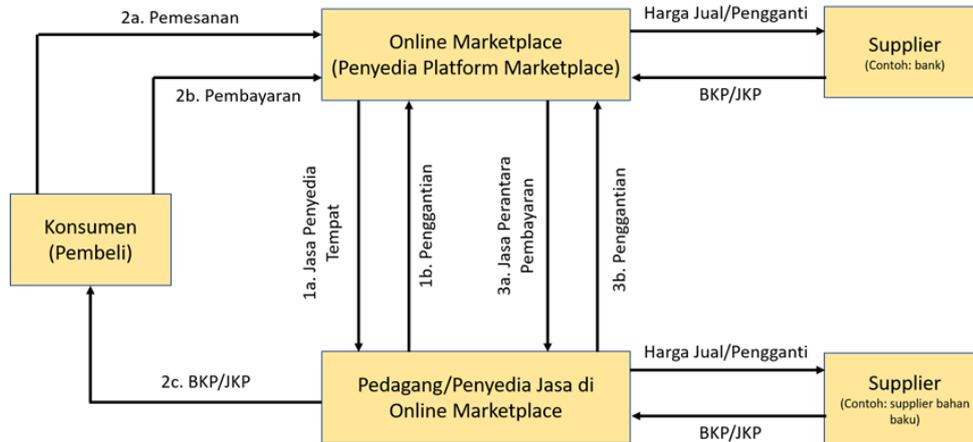
Dengan adanya kemudahan dan kenyamanan yang dapat dirasakan oleh konsumen ketika melakukan transaksi melalui online marketplace membuat transaksi perdagangan konvensional turun (Anggia, 2018). Berdasarkan data dari We Are Social & Hootsuite's Digital Report per Januari 2024 menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 185,3 juta orang. Dari jumlah tersebut diketahui bahwa aktivitas mingguan orang yang melakukan belanja online sebesar 59,3% untuk pembelian produk dan/atau jasa secara online; 34,4% untuk memesan bahan makanan melalui online marketplace; 10,8% untuk membeli barang bekas (*second hand*) melalui online marketplace; 14,1% menggunakan jasa perbandingan harga secara online; dan 38,7% menggunakan jasa "pay later" di online marketplace.

Nilai transaksi perdagangan digital atau e-commerce yang di dalamnya termasuk online marketplace di Indonesia pada tahun 2023 mencapai Rp453,75 triliun. Nilai tersebut mengalami penurunan dibandingkan realisasi tahun sebelumnya yaitu tahun 2022 dengan nilai transaksi e-commerce sebesar Rp476,3 triliun (sumber: Bank Indonesia, infobanknews.com). Menurut Filianingsih Hendarta selaku Deputy Gubernur BI menyatakan bahwa secara volume transaksi e-commerce tahun 2023 mencapai Rp3,71 miliar dan jumlah tersebut mengalami peningkatan dibandingkan realisasi tahun 2022 sebesar Rp3,49 miliar. Bank Indonesia juga meramalkan nilai transaksi e-commerce akan tumbuh 2,8% pada tahun 2024 dan menjadi 3,3% di tahun 2025.

DJP telah berhasil mendapatkan Rp16,9 triliun dari pemungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) e-commerce yang di dalamnya termasuk online marketplace. Jumlah tersebut merupakan hasil dari Rp731,4 miliar setoran tahun 2020, sebesar Rp3,90 triliun setoran tahun 2021, sebesar Rp5,51 triliun setoran tahun 2022, dan Rp6,76 triliun setoran tahun 2023 (sumber: Direktorat Jenderal Pajak, Katadata.co.id). Dengan adanya pendapatan besar itu, tentunya membuat pemerintah sadar bahwa memang perlu adanya sebuah kebijakan yang mengatur transaksi perdagangan melalui online tersebut. Hingga pada akhirnya melalui Surat Edaran No. 62 Tahun 2013 pemerintah menyatakan bahwa pajak yang dibayarkan melalui transaksi e-commerce akan dipungut sesuai ketentuan yang berlaku dan tidak ada perbedaannya dengan pengenaan pajak terhadap transaksi konvensional. Menurut salah satu petugas fungsional pemeriksa pajak di KPP Madya Dua Jakarta Utara, transaksi di online marketplace di Indonesia ini memang sudah dikenakan pajak salah satunya PPN. Tidak ada pula perbedaan tarif atau penerapan PPN baik melalui online marketplace dengan konvensional. Ia juga menambahkan bahwa setelah PMK 210/2018 dicabut, penerepan PPN di online marketplace kembali didasarkan pada UU PPN. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan seorang staff dari suatu perusahaan PKP yang menjual produknya secara offline dan online melalui online marketplace yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang mencolok dalam mengelola pungutan PPN di online marketplace dengan mengelola pungutan PPN melalui general trade atau offline (Ridho, 2021) (Utomo, 2017).

Sistem Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Di Online Marketplace

Sebelum memulai usaha pada platform marketplace, penjual harus mendaftarkan diri dan melaporkan SPT ke kantor pajak sebagai bukti bahwa penjual tersebut memenuhi syarat pembayaran pajak. Untuk penjual pada platform marketplace yang penghasilannya sudah melebihi Rp4,8 milyar wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak sehingga selain membayar PPh Final, penjual tersebut wajib membayar PPN.



Gambar 1. Skema transaksi di online marketplace

Berdasarkan gambar skema online marketplace diatas, transaksi diawali dengan pembukaan akun toko online oleh pedagang atau penyedia jasa di website penyedia tempat (platform) marketplace. Disini fungsi dari penyedia *platform marketplace* merupakan perantara antara pedagang atau penyedia jasa dengan konsumen (pembeli) (Prabowo et al., 2014). Penyedia platform marketplace akan mengeluarkan rincian transaksi pembelian yang dilakukan oleh pembeli kepada pedagang atau penyedia jasa. Kemudian, pedagang atau penyedia jasa mengirimkan barang dan/atau jasa yang dipesan pembeli serta mengirimkan notifikasi ke pihak penyedia platform marketplace dengan tujuan untuk menginformasikan bahwa pedagang atau penyedia jasa telah mengirimkan barang dan/atau jasanya. Setelah itu, pihak penyedia platform marketplace menyetorkan hasil penjualan kepada pedagang atau penyedia jasa melalui rekening yang telah ditetapkan.

Melalui wawancara, petugas pajak menjelaskan bahwa sejauh ini transaksi online marketplace di Indonesia sudah dikenakan pajak. pajak yang dimaksud adalah PPN atas penyerahan BKP/JKP yang dilakukan oleh Pengusaha Kena Pajak, serta PPh 23 atas bagi hasil atas jasa yang diberikan oleh platform kepada pedagang. Intinya adalah pajak yang dikenakan dalam transaksi online marketplace terdiri dari PPN dan PPh.

Ada 3 proses bisnis yang dikenakan PPN dalam sistem pelaksanaan pajak di online marketplace yaitu:

1. Pada jasa penyedia tempat (platform) marketplace

Pada proses ini, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terutang pada saat penyerahan, pembayaran, dan pada saat pemanfaatan jasa dari pihak penyedia platform marketplace. Artinya, faktur pajak muncul karena adanya transaksi yang dilakukan antara penyedia platform marketplace dengan pedagang atau penyedia jasa yang menggunakan layanan marketplace dalam memasarkan produknya. PPN dikenakan dengan dasar pengenaan berupa penggantian (monthly fixed fee, rent fee, registration fee, dan subscription fee) karena penyerahan JKP tersebut.

2. Pada penjualan barang dan jasa dari seller ke konsumen

Dalam proses ini, pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) juga mengikuti ketentuan yang berlaku dalam UU PPN. PPN dikenakan saat penyerahan BKP/JKP ke pembeli. PPN dikenakan dengan dasar pengenaan yaitu harga jual, penggantian, atau nilai ekspor yang termasuk semua biaya yang diminta oleh pedagang atau penyedia jasa yang menjual barang dan/atau jasanya di online marketplace atas penyerahan BKP/JKP tersebut. Dalam proses ini, PPN terutang pada saat dilakukannya pembayaran barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen.

3. Pada saat penyetoran hasil penjualan kepada pedagang dan penyedia jasa di online marketplace oleh penyedia platform marketplace

Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada proses penyetoran hasil penjualan kepada pihak pedagang atau penyedia jasa oleh pihak penyedia platform online marketplace ini dikenakan pada saat penyerahan jasa perantara pembayaran. Dasar pengenaan PPN pada proses ini adalah penggantian, biaya settlement, biaya penggunaan kartu kredit, debit, atau e-banking, serta semua biaya yang diminta oleh pihak penyedia platform online marketplace karena penyerahan JKP tersebut.

Pemungutan Dan Penagihan Pajak Pertambahan Nilai Di Online Marketplace

Pemungutan pajak merupakan suatu kegiatan memungut sejumlah pajak terutang yang merupakan hasil dari sebuah transaksi atas perolehan barang dan/atau jasa yang terjadi. Dalam wawancara, petugas pajak menegaskan bahwa penerapan PPN baik pemungutan atau penyetorannya berlaku sesuai UU PPN yang berlaku sekarang. Dalam proses bisnis jasa penyedia platform marketplace, objek pajak yang dikenakan PPN adalah transaksi jasa berupa penggunaan platform marketplace oleh pedagang. Sesuai dengan peraturan yang berlaku, semua Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang melakukan penyerahan BKP/JKP wajib membuat faktur pajak. Oleh sebab itu, penyedia platform marketplace wajib melakukan pemungutan PPN dari penyerahan JKP ke pedagang atas penggunaan platform marketplace dan menerbitkan Faktur Pajak Elektronik (e-Faktur). Selanjutnya, pihak penyedia platform marketplace mengirimkan eFaktur yang bisa dikreditkan oleh pedagang atau penyedia jasa yang menggunakan platform marketplace sebagai pajak masukan. Namun, tidak semua pedagang atau penyedia jasa yang menggunakan platform marketplace bisa memperoleh faktur pajak karena ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi dan salah satunya adalah pedagang atau penyedia jasa yang dapat menerima eFaktur sudah berstatus Pengusaha Kena Pajak (PKP). Selain faktur pajak, pedagang atau penyedia jasa di online marketplace juga akan menerima faktur tagihan dari penyedia platform marketplace yaitu berupa dokumen bukti penagihan atau tanda terima pembayaran atas pembelian atau penggunaan jasa marketplace. Melalui wawancara, seorang staff dari suatu perusahaan PKP mengatakan bahwa faktur pajak online (e-faktur) dikirim langsung ke perusahaan dan langsung bisa diinput faktur pajaknya.

Dalam proses penyetoran hasil penjualan kepada pedagang atau penyedia jasa oleh penyedia platform marketplace, faktur pajak dibuat oleh penyedia platform marketplace kepada pedagang atau penyedia jasa. Sedangkan dalam proses penjualan barang dan/atau jasa di online marketplace, pedagang atau penyedia jasa wajib memungut PPN atas barang dan/atau jasa yang dijual kepada pembeli sebesar tarif yang berlaku yaitu sebesar 11% (sebelas persen) dari harga sebelum pajak dan wajib mencantumkannya dalam invoice. Artinya, pembeli harus membayar PPN atas pembelian suatu barang dan/atau jasa melalui online marketplace serta pembeli akan menerima invoice yang digunakan sebagai bukti bahwa pungutan PPN atas pembelian barang dan jasa telah dilakukan. Melalui wawancara dengan seorang staff dari suatu perusahaan PKP juga sudah melaksanakan pungutan PPN atas transaksinya di online marketplace dengan menunjukkan harga sebelum dan sesudah PPN, nominal PPN yang dipungut, menerbitkan invoice untuk pembeli, serta menyetorkan dan melaporkan PPN yang telah dipungutnya.

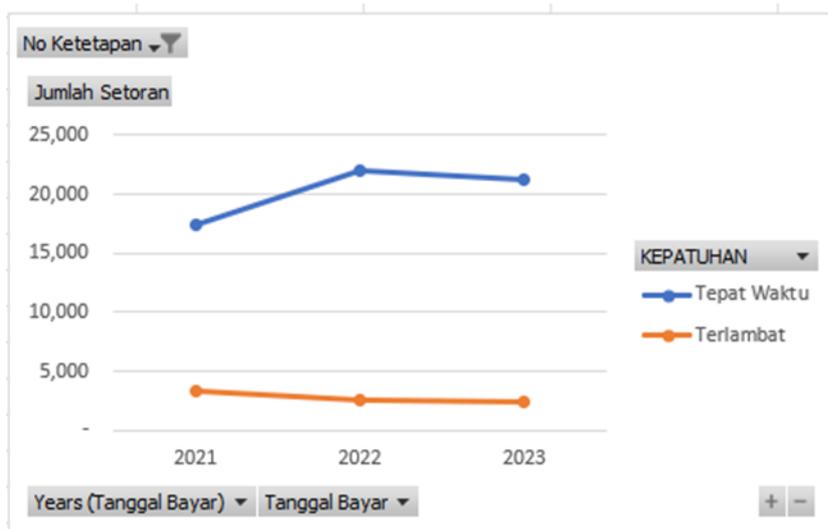
Seiring dengan semakin besarnya kesadaran akan pendapatan dari pajak untuk belanja kebutuhan negara, mendorong Direktorat Jenderal Pajak untuk terus memberikan kemudahan administrasi bagi para Wajib Pajak untuk menyetorkan dan melaporkan pajak terutangnya. Kemudahan tersebut berupa penyampaian SPT Tahunan melalui e-filing, pendaftaran Wajib Pajak secara online dengan e-registration, pembayaran pajak dengan e-billing, adanya e-tax invoice, serta contact center dan simplifikasi formulir yang dapat

digunakan Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Penagihan pajak dilakukan dengan disertai dengan penagihan saksi administrasi berupa denda dan bunga yang timbul akibat wajib pajak lalai dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Penilaian kinerja pemungutan pajak memerlukan alat ukur diantaranya realisasi penerimaan pajak dan statistik kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak terutang (Sinaga, 2018).

Tabel 1. Data Realisasi Penerimaan PPN Tahun 2021-2023

| Tahun | Keterangan | | Grand Total |
|-----------------------|---------------------------|------------------------|---------------------------|
| | Tepat Waktu | Terlambat | |
| 2021 | 2.320.289.908.427 | 172.847.960.164 | 2.493.137.868.591 |
| 2022 | 3.970.682.683.398 | 202.125.435.232 | 4.172.808.118.630 |
| 2023 | 4.902.125.556.355 | 236.805.944.680 | 5.138.931.501.035 |
| Jumlah Nominal | 11.193.098.148.180 | 611.779.340.076 | 11.804.877.488.256 |

Sumber: Laporan Penerimaan PPN Kantor Pelayanan Pajak Madya Dua Jakarta Utara



Gambar 2. Statistik Kepatuhan Wajib Pajak Tahun 2021-2023

Sumber: Laporan Penerimaan PPN Kantor Pelayanan Pajak Madya Dua Jakarta Utara

Faktor Pendukung Penerapan Pajak Pertambahan Nilai di Online Marketplace

1. Meningkatnya Transaksi Melalui Online Marketplace Akibat Kemudahan yang Diberikan dalam Sistem Jual Beli di Online Marketplace

Adanya kemudahan yang diberikan dalam sistem jual beli barang atau jasa di online marketplace dibandingkan dengan sistem jual beli secara konvensional membuat masyarakat cenderung lebih suka memanfaatkan online marketplace untuk berbelanja. Dari sisi pelaku usaha, mereka menganggap bahwa penggunaan online marketplace sebagai sarana berdagang itu lebih sederhana dibandingkan dengan melakukan usaha secara konvensional. Kemudahan yang didapatkan dalam membuka usaha melalui online marketplace yaitu proses pembukaan usaha dan pencatatan transaksinya yang lebih mudah serta hemat biaya karena tidak memerlukan suatu bangunan atau toko resmi untuk menjual produknya.

2. Transaksi Melalui Online Marketplace Menjadi Sumber Penerimaan Negara Melalui Perpajakan

DJP telah mengumpulkan penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) melalui perdagangan melalui sistem elektronik mencapai Rp18,5 Triliun hingga Februari 2024. Jumlah ini berasal dari Rp 731,4 Milyar setoran tahun 2020; Rp3,90 Triliun setoran tahun 2021; Rp5,51 Triliun setoran tahun 2022, Rp 6,76 Triliun setoran tahun 2023; dan Rp1,24 Triliun setoran tahun 2024 (Dwi Astuti, Ditjen Pajak). Berdasarkan penerimaan tersebut, tidak menutup kemungkinan bahwa Indonesia bisa menjadi pangsa pasar e-commerce yang didalamnya termasuk online marketplace. Oleh sebab itu, memang perlu adanya penegasan mengenai aspek perpajakan khususnya pajak pertambahan nilai melalui online marketplace.

Kendala Yang Dihadapi Dalam Penerapan Pajak Pertambahan Nilai Di Online Marketplace

1. Jenis Usaha yang Melakukan Transaksi Melalui Online Marketplace yang Sulit Untuk di Deteksi

Salah satu permasalahan perpajakan yang disebabkan oleh transaksi melalui elektronik (e-commerce) adalah pengenaan pajak tidak langsung (indirect tax) yang dalam hal ini adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Adanya proses jual beli produk atau jasa digital berbentuk software secara online ini bisa dilakukan tanpa batas. Artinya transaksi bisa dilakukan hingga menembus batas-batas negara. Hal ini menjadi masalah karena apabila ada proses transaksi barang atau jasa digital tidak berwujud melalui jaringan online, maka barang atau jasa digital tersebut bisa tidak terkena pungutan pajak tidak langsung.

2. Pencabutan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.10/2018

PMK 210/PMK.10/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) ini secara resmi mulai diberlakukan tanggal 1 April 2019. Dengan adanya peraturan ini, pemerintah bertujuan untuk menyetarakan keadilan bagi bisnis konvensional maupun bisnis e-commerce. Melalui keterangan yang dijelaskan Menteri Keuangan melalui pers, regulasi ini lebih menjelaskan bagaimana tata cara atau prosedur perpajakan yang dapat memberikan kemudahan administrasi serta dapat mendorong kepatuhan perpajakan bagi para pelaku usaha di e-commerce. Tetapi, sayangnya tidak lama kemudian PMK tersebut ditarik oleh Kementerian Keuangan dengan alasan masih perlu waktu untuk mensosialisasikan cara pelaporan data e-commerce pada masyarakat. Pencabutan peraturan ini memicu pro dan kontra dari berbagai pihak. Menurut penuturan Darussalam selaku pengamat pajak, peraturan ini sebenarnya berdampak positif untuk penguatan perpajakan karena bisnis e-commerce itu termasuk shadow economy yang artinya bisnis tersebut bisa tidak terjangkau oleh pungutan pajak. Beliau juga menambahkan, pencabutan peraturan tersebut justru menimbulkan ketidakadilan untuk pedagang konvensional seperti penjualan ritel, karena pemerintah sudah mengatur secara jelas prosedur perpajakan di bidang bisnis tersebut. Sedangkan menurut kalangan pengusaha di e-commerce melalui Indonesia E-Commerce Assosiation (idEA), dengan berlakunya PMK tersebut bisa menjadi halangan yang akan mempersulit UMKM untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

3. Rendahnya Pengetahuan Wajib Pajak Pelaku Usaha di Online Marketplace

Karena adanya potensi penerimaan yang cukup besar menjadikan pajak terhadap transaksi di online marketplace ini memiliki peran yang penting dalam pembangunan negara. Tetapi sayangnya potensi tersebut belum bisa direalisasikan secara maksimal oleh pemerintah karena rendahnya pengetahuan masyarakat atas penerapan pajak ketika mereka

melakukan kegiatan bisnis di online marketplace. Banyak juga pelaku usaha yang menganggap bahwa pembuatan NPWP bukanlah suatu kewajiban karena mereka menilainya dari aspek pendidikan atau umur. Rendahnya pengetahuan perpajakan inilah yang mempengaruhi rendahnya kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.

4. Sosialisasi Perpajakan yang Belum Dilakukan Secara Menyeluruh dan Berkelanjutan

Sosialisasi perpajakan yang belum dilakukan secara menyeluruh oleh pemerintah inilah yang membuat rendahnya pemahaman pengetahuan perpajakan oleh para pelaku usaha di online marketplace. Walaupun pemerintah sudah pernah melakukan sosialisasi tentang pengenaan pajak atas transaksi e-commerce ini saat dikeluarkannya SE/NO.62 Tahun 2013, tetapi seiring dengan perkembangan dunia bisnis marketplace yang semakin besar ini, harusnya perlu ada sosialisasi kembali.

Upaya Petugas Pajak Dalam Mengoptimalkan Penerimaan PPN Dari Online Marketplace

Melalui wawancara dengan petugas pajak di KPP Madya Dua Jakarta Utara, upaya petugas pajak untuk meningkatkan kesadaran Wajib Pajak dalam membayar PPN baik dari transaksi konvensional maupun transaksi marketplace, yaitu selalu melakukan edukasi, pengawasan, pemeriksaan, dan tindakan penyidikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Untuk pengawasan terhadap transaksi di online marketplace, petugas melakukan analisa data pelaporan Wajib Pajak dan pihak ketiga seperti perbankan, konsumen, dan pihak terkait lainnya. Proses konfirmasi data dan integrasi data dilakukan melalui Sistem Coretax (Core Tax Administration System) yang dibangun oleh DJP. Melalui sistem tersebut, Analisa data sudah lebih masif dilakukan karena merupakan gabungan beberapa sumber data sudah terintegrasi. Ia juga menambahkan, melalui sistem tersebut petugas pajak bisa mengetahui apakah Wajib Pajak yang melakukan usahanya di online marketplace sudah membayar pajaknya atau belum melalui pengolahan dan penganalisaan data terlapor oleh petugas pajak yang selanjutnya akan dilakukan canvassing (penyisiran) terhadap Wajib Pajak atau Calon Wajib Pajak Baru.

KESIMPULAN

Terus meningkatnya potensi penerimaan pajak pertambahan nilai (PPN) dari transaksi sistem perdagangan elektronik (e-commerce) yang di dalamnya termasuk online marketplace akibat kemudahan yang diberikan dalam proses jual belinya mulai menyadarkan banyak pihak khususnya pemerintah bahwa memang perlu adanya suatu kebijakan atau peraturan yang jelas dan diinformasikan secara menyeluruh agar industri ini bisa semakin berkembang dan hasil penerimaan pajak dari industri ini juga bisa dimanfaatkan secara maksimal oleh pemerintah untuk keperluan pembangunan negara. Pada dasarnya, pemungutan pajak pertambahan nilai yang terutang melalui transaksi di online marketplace sama seperti pemungutan pajak pertambahan nilai yang terutang melalui perdagangan konvensional. Tetapi, ada juga kendala atau tantangan dalam penerapan kebijakan PPN di online marketplace ini seperti adanya usaha yang sulit dideteksi pajaknya, pencabutan PMK 210/2018 yang menuai pro dan kontra, serta rendahnya pengetahuan wajib pajak mengenai bagaimana penerapan pajak dalam transaksi online marketplace yang diakibatkan kurang maksimalnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah. Oleh sebab itu, alangkah baiknya pemerintah untuk terus melakukan sosialisasi yang menyeluruh kepada masyarakat mengenai penerapan perpajakan di online marketplace, khususnya penerapan pajak pertambahan nilai karena efektivitas suatu

penerapan kebijakan mengenai pajak yang berlaku di online marketplace ini juga harus diiringi dengan adanya edukasi serta transparansi informasi kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andjani, B., & Rosando, A. F. (2023). Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Dalam E-Commerce Yang Dirugikan Akibat Dugaan Order Fiktif. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 3(1), 697–723.
- Febrianti, Y. K., Mutaqqin, Z., & Cahyadi, A. (2021). Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Dari Kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran*, 3(1), 69–84.
- Fitriandi, P. (2020). Pemajakan atas transaksi melalui online marketplace. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 4(1), 14–20.
- Hartati, L., Gunawan, A., & Evrita, R. R. E. (2024). Pemberlakuan Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi Umkm E-Commerce (Implementation Of The Influence Of Value Added Tax On E-Commerce Msme Transactions). *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(1), 81–92.
- Jabat, D. E. B., Tarigan, L. L., Purba, M., & Purba, M. (2022). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace sebagai Upaya Peningkatan Penjualan. *Skylandsea Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2), 16–21.
- Koplan, D. P. (2022). Pengaruh Pemahaman Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Transaksi Perdagangan Online pada Platform Marketplace terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di Jawa Barat. *Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing (JAFTA)*, 4(2).
- Lulage, S., Afandi, D., & Mintalangi, S. S. E. (2023). Analisis Perhitungan Pajak Pertambahan Nilai Pada PT Sinar Pure Internasional Bitung. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 18(3), 240–249.
- Lupiana, F., & Kusumajaya, R. A. (2021). E-commerce consumer behavior and shopping culture during the COVID-19 pandemic. *MANAJEMEN*, 1(2), 198–203.
- Prabowo, H., Darman, D., & Noegraheni, E. (2014). Analisis kepercayaan dalam C2C e-commerce terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap repurchase pada kasus. *Binus Business Review*, 5(1), 301–314.
- Ridho, M. N. (2021). Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Transaksi E-Commerce. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(1).
- Santika, R. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Kemudahan, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kecamatan Ciemas Sukabumi (Studi Kasus Pada Pengguna Online Shop Saat Pandemi Covid-19). Universitas Islam "45" Bekasi.
- Sinaga, N. A. (2018). Pemungutan pajak dan permasalahannya di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 7(1).
- Sitepu, R. K.-K. (2023). *Kajian Pertanggung Jawaban Pelaksanaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara (P2-APBN) Tahun Anggaran 2021*. Fakultas Pertanian, Universitas Islam Sumatera Utara.
- Syakirah, A. H., Putri, A. R. A., & Azizah, N. (2023). Penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Indonesian Journal of Taxation and Accounting*, 177–194.
- Utomo, R. (2017). *Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah Berdasarkan Uu No. 42 Tahun 2009*.
- Wandani, F., & Wijaya, S. (2023). Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi Digital Game Online Di Indonesia. *Educoretax*, 3(2), 89–102.

Yoganingsih, T., & Husadha, C. (2021). Eksistensi Pajak E-Commerce. *Jurnal Buana Akuntansi*, 6(1), 83–96.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
