

Analisis Pengenaan Pajak Penghasilan atas Usaha Mikro Kecil Menengah Yang Menjalankan Transaksi E-COMMERCE di Kabupaten Kediri

¹**Ratna Fajar Wati** (Rumah Sakit Onkologi Surabaya)
E-mail: ratnafajarwati88@yahoo.com

²**Maskur** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)
E-mail: maskur@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

³**Wibisono** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)
E-mail: wibisono@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

Kata Kunci: E-commerce, SE 62/PJ/2013, Pajak Peghasilan UMKM

Keywords: E-commerce, SE 62/PJ/2013, tax income Micro, Small and Medium Enterprises

Received : 30 Februari 2021

Revised : 20 Maret 2021

Accepted: 29 Maret 2021

©2021 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris tentang hasil analisis dalam pengenaan pajak penghasilan atas UMKM yang menjalankan transaksi e-commerce di Kabupaten Kediri. Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif interpretif yang diperoleh dengan menggunakan wawancara mengenai pengenaan pajak penghasilan atas UMKM yang menjalankan transaksi e-commerce di Kabupaten Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan pelaku UMKM yang menjalankan transaksi e-commerce di Kabupaten Kediri belum memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan perundang-undangan yakni SE 62/PJ/2013 atas e-commerce dikarenakan kurang adanya pemahaman dan pengetahuan tentang pajak serta belum intensifnya petugas pajak dalam melakukan sosialisasi peraturan tentang pajak pengenaan pajak e-commerce sehingga menyebabkan ketidakpatuhan Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan. Terkait dengan pajak penghasilan PP 23 tahun 2018 ada wajib pajak yang belum memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan perundang-udangan karena ketidaktauan akan peraturan sehingga menjadi penyebab ketidakpatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Menurut petugas Pajak KPP Pratama Pare Kediri dengan belum adanya pengkhususan transaksi e-commerce menyebabkan peraturan SE 62/PJ/2013 belum berjalan bagi pelaku UMKM yang menjalankan transaksi e-commerce.

ABSTRACT

The purpose of this study is to obtain empirical evidence about the results of the analysis of

ISSN-E: : 2809-6398 (Online)

https://jurnal.stiedarulfalahmojokerto.ac.id/index.php/jurnal_el-mahasaba

the imposition of taxes on Micro, Small and Medium Enterprises that conduct e-commerce transactions in Kediri Regency. The research uses qualitative interpretations obtained through interviews about the imposition of taxes on Micro, Small and Medium Enterprises that conduct e-commerce transactions. The results showed that informants micro small and medium businesses that run e-commerce transactions in Kediri District have not fulfilled their tax obligations in accordance with legislation is SE 62/PJ/2013 regarding on e-commerce due to lack of understanding and knowledge of taxation and the lack of intensive tax officers in disseminating regulations on e-commerce tax collection tax to taxpayers so as to cause non-compliance of taxpayers in fulfilling tax obligations in accordance with regulations. Regarding the income tax PP 23/2018 there is a taxpayer has not fulfilled the tax obligations in accordance with the legislation because of ignorance of the regulations and thus causes of non-compliance in fulfilling tax obligations. According to the Tax Officers of Pratama KPP Pare Kediri with the absence of specialization out e-commerce transactions, the regulation SE 62 /PJ/2013 has not yet been implemented for micro small and medium businesses that carry out e-commerce.

I. PENDAHULUAN

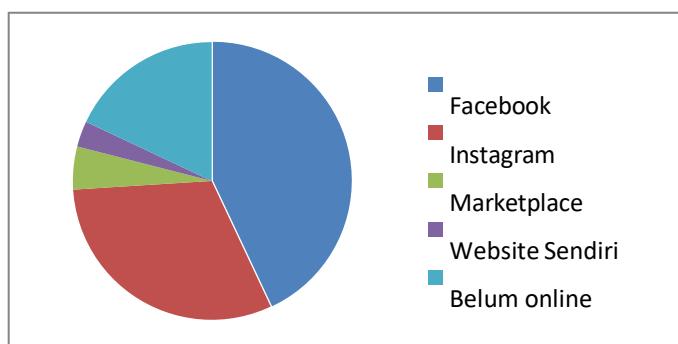
Peran serta masyarakat dalam memenuhi kewajiban membayar pajak berdasarkan ketentuan perpajakan sangat diharapkan dan merupakan suatu strategi dalam penerimaan Negara (Budi, 2017). Berkembangnya kegiatan usaha e-commerce ternyata berhasil menggerakkan roda perekonomian sebuah negara. Transaksi- transaksi yang terjadi memang sangat menggiurkan. Itu sebabnya muncul efek bola salju, sehingga menarik minat pebisnis lainnya untuk mendayagunakan internet sebagai jalur pemasaran baru.

Perkembangan dunia internet memunculkan inovasi untuk mengalihkan kegiatan di dunia internet, salah satunya adalah kegiatan ekonomi. Banyak pengguna internet di Indonesia menunjukkan potensi pasar dan munculnya berbagai peluang bisnis baru, salah satunya adalah bisnis online shopping. Perkembangan bisnis online shop di Indonesia mengalami peningkatan yang baik. Potensi pajak dari usaha online shopping ini dinilai tinggi, Sehingga ini menjadi hal ini menjadi perhatian bagi pemerintah untuk mulai mengatur aspek perpajakan transaksi e-commerce.

Menurut Arya (2010) e-commerce merupakan prosedur berdagang atau mekanisme jual-beli di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya, atau sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan "get and delive". Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi e-commerce dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas transaksi e-commerce merupakan bentuk penegasan hukum atas pengenaan pajak transaksi e-commerce yang mengisyaratkan bahwa ketentuan perpajakan terkait dengan transaksi atas e-commerce sama ketentuannya dengan perpajakan konvensional

yang terdiri dari mendaftar, menghitung, membayar dan melapor bagi setiap pelaku usaha yang melakukan kegiatan e-commerce.

Tidak dapat dipungkiri, ungkapan Sya'bani (2016) bahwa hadirnya e-commerce mampu mempersingkat rantai bisnis dan meningkatkan efektivitas produksi, sumber daya manusia, dan biaya. Namun demikian, kelebihan transaksi e-commerce tidak beriringan dengan kemudahan dalam hal regulasinya. Saat ini Pemerintah Kabupaten Kediri berupaya mendorong perkembangan melalui gerakan pelatihan Wira Usaha Pemula (WUP) untuk peningkatan kapasitas usaha pelaku dengan cara memberikan pelatihan packaging (pengemasan) dengan harapan pemerintah dapat mengembangkan pangsa pasar UMKM melalui sistem digital serta menjadikan para pelaku usaha secara online atas transaksi e-commerce dapat memberikan kontribusi pada penerimaan negara. Hal tersebut dapat dilihat dalam gambar 1 yang menunjukkan bahwa UMKM di Kabupaten Kediri yang menjalankan transaksi e-commerce dengan model online retail dalam mempromosikan dan memasarkan produk yang dihasilkan melalui media sosial.



Gambar .1 Data UMKM Kabupaten Kediri

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Kediri sampai dengan tahun 2017 berjumlah 4.937 yang terdiri dalam katergori kuliner, fashion, kerajinan, jasa, agrobisnis dan lainnya, dari 4.937 UMKM yang terdaftar di Kabupaten Kediri, sebanyak 1.686 UMKM mempunyai identitas secara perpajakan berupa NPWP sedangkan 2.998 UMKM belum mempunyai identitas secara perpajakan berupa NPWP.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang menjalankan transaksi e-commerce di Kabupaten Kediri belum diimbangi dengan pemenuhan kewajiban perpajakan menurut perundang- undangan yang berlaku. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah penerimaan Negara terhadap pajak penghasilan UMKM dalam tiga periode, dimana dapat dijelaskan dari tahun 2015 ke 2016 pencapaian penerimaan pajak mengalami kenaikan sebesar 2,11% namun di tahun 2017

mengalami penurunan pencapaian sebesar 7,88%. Untuk memberikan kepastian hukum kepada para pelaku e-commerce atas perlakuan perpajakannya, Direktorat Jenderal Pajak telah menerbitkan Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas transaksi e-commerce nomor SE-62/PJ/2013.

Dengan kata lain pengelolaan usaha melalui e-commerce mendapatkan perlakuan perpajakan yang sama selayaknya perdagangan biasa, sehingga secara umum para pelaku e-commerce juga mempunyai kewajiban perpajakan baik itu mulai dari pendaftaran, penghitungan, pembayaran dan pelaporan yang telah diatur dalam peraturan dan ketentuan dari Direktorat Jenderal Pajak. Dari hasil penelitian Rosalinawati (2016) bahwa sebagian besar pelaku e-commerce tidak setuju dengan diberlakukannya pemungutan pajak atas transaksi jual beli online (e-commerce). Pelaku jual beli transaksi online berpendapat bahwa pemungutan pajak atas transaksi e-commerce hanya akan menambah kesemrawutan transaksi jual beli secara online. Hal ini dikarenakan para penjual dan pembeli di media online harus menghitung, menyetor dan melaporkan setiap transaksi yang mereka lakukan kepada Kantor Pelayanan Pajak setempat. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terdapat di Kabupaten Kediri yang menjalankan transaksi e-commerce dalam kategori online retail belum sepenuhnya memenuhi kewajiban perpajakan yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku terkait pengenaan pajak penghasilan atas UMKM dengan peredaran bruto tertentu yang diatur dalam PP Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan dari Usaha Yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu dan penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi e-commerce yang diatur SE 62/PJ/2013.

Telaah Pustaka Dan Pengembangan

Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yang dikenai Pajak Penghasilan final sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) merupakan: a. Wajib Pajak orang pribadi; dan b. Wajib Pajak badan berbentuk koperasi, persekutuan komanditer, firma, atau perseroan terbatas, yang menerima atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4.800.000.000,00 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) dalam 1 (satu) Tahun Pajak.

Atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak dalam negeri yang memiliki peredaran bruto tertentu, dikenai Pajak Penghasilan yang bersifat final dalam jangka waktu tertentu. Tarif Pajak Penghasilan yang

bersifat final sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebesar 0,5% (nol koma lima persen).

Pengertian E-commerce

E-commerce adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik (Munawar, 2009: 1). E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis (BOC Indonesia, 2008 dalam Anggraini, 2016).

Jenis-jenis E-commerce

Menurut Munawar, 2009: 35 e-commerce dibagi 4 jenis menurut sifat penggunaanya

1. E-commerce bisnis ke konsumen (B2C) melibatkan penjualan produk dan layanan secara eceran kepada pembeli perorangan: lazada.com, McDonald pesan online.
2. E-commerce bisnis ke bisnis (B2B) melibatkan penjualan produk dan layanan antar perusahaan: biznet Networks.com.
3. E-commerce konsumen ke konsumen (C2C) melibatkan konsumen yang menjual secara langsung ke konsumen: Olx.co.id, bukalapak.com.
4. E-commerce konsumen ke bisnis (C2B): Aktivitas permintaan/request order dari konsumen dengan menyebarkan kebutuhannya (spesifikasi proyek yang ditawarkan, budget, dan deadline) di mana nantinya akan ada beberapa perusahaan yang mengajukan diri untuk menggarap proyek tersebut.

Model E-commerce

Bila dilihat dari asal katanya, spiritual berasal dari bahasa Latin *spiritus* yang berarti prinsip yang memvitalisasi suatu organisme, atau bisa juga berasal dari bahasa Latin *sapientia* (sophia dalam bahasa Yunani) yang berarti 'kearifan' – kecerdasan kearifan (Zohar & Marshall, 2005). Atas dasar penjelasan di atas, dapat diartikan bahwa WS merupakan gabungan kecerdasan EQ dan SQ yang melandasi perilaku di tempat kerja yang menghidupkan makna dan nilai-nilai kehidupan seperti integritas, kejujuran, semangat, kerjasama, etika, komitmen, loyalitas dan toleransi di tempat kerja.

Manajemen Laba (*Earning Management*)

Sesuai dengan Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas transaksi e-commerce dijelaskan perlu adanya pengoptimalan dalam model - model e-commerce di Indonesia sebagai potensi penerimaan pajak dari transaksi e-commerce. Dalam penanganan yang telah dilakukan oleh pihak Direktorat Jenderal Pajak terdapat empat model transaksi e-commerce beserta aspek perpajakannya. Keempat model transaksi tersebut adalah sebagai:

Pola-pola Manajemen Laba

Scott (2003, 383) membagi manajemen laba yang mungkin dilakukan oleh para Manajer perusahaan ke dalam empat jenis pola manajemen laba sebagai berikut:

a. *Online Marketplace*

Transaksi model ini merupakan kegiatan untuk menyediakan tempat usaha di Mal Internet sebagai tempat Online Marketplace Merchant (penjual) dalam hal menjual barang atau jasa kepada pembeli yang bertransaksi melalui Mal Internet.

b. *Classified Ads*

Transaksi pada jenis model e-commerce ini merupakan kegiatan untuk menyediakan tempat atau waktu guna memajang content (teks, grafik, video penjelasan, informasi dan lain-lain) berupa barang atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara.

c. *Online Retail*

E-commerce dalam kategori ini merupakan penyediaan kegiatan usaha berupa situs Daily Deals yang berfungsi sebagai tempat Daily Deals Merchant (penjual), dalam hal menjual barang atau jasa kepada para Pembeli dengan menggunakan Voucher sebagai salah satu sarana pembayaran.

d. *Online Retail*

E-commerce dalam kategori ini paling banyak digunakan oleh pelaku usaha online di Indonesia. Online Retail merupakan kegiatan menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara Online Retail sekaligus sebagai Online Retail Merchant (penjual) kepada Pembeli di situs Online Retail.

Pengaturan Pemungutan Pajak penghasilan Atas Transaksi E- Commerce

1. Proses Bisnis Jasa Penyediaan Tempat dan/atau Waktu (*Online Marketplace*)

Ketentuan Pemotongan PPh adalah apabila Online Marketplace Merchant sebagai pengguna jasa adalah Wajib Pajak Orang Pribadi atau Badan yang ditunjuk sebagai pemotong PPh, maka pengguna jasa tersebut wajib melakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21, atau Pasal 26 sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tarif PPh Pasal 23 atas penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi adalah sebesar 2% (dua persen) dari jumlah bruto tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Dalam hal penyedia jasa dimaksud tidak memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak, besarnya tarif pemotongan adalah lebih tinggi 100% (seratus persen), yaitu menjadi sebesar 4% (empat persen) dari jumlah bruto tidak termasuk PPN.

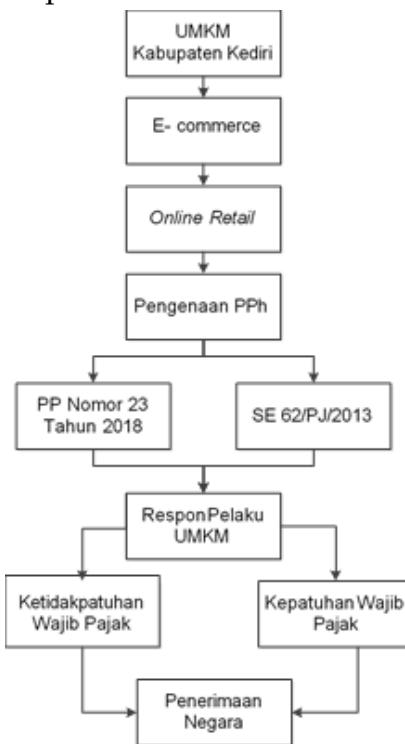
2. Proses Bisnis Penyetoran Hasil Penjualan Kepada Online Marketplace Merchant oleh Penyelenggara Online Marketplace

Jasa perantara pembayaran dalam contoh proses bisnis Online Marketplace ini dapat berupa Per Sale Fee dan/atau tagihan lainnya. Subjek Pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa perantara pembayaran. Penyedia jasa perantara pembayaran dalam contoh proses bisnis Online Marketplace ini adalah penyelenggara Online Marketplace. Dasar hukumnya adalah Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang- Undang PPh.

3. *Online Retail*

Tarif untuk pihak Penyelenggara Online Retail (sekaligus Merchant) sebagai penjual barang atau penyedia jasa yang penghasilannya tidak dikenai pajak yang bersifat final, tarif PPh Pasal 17 diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak yang dihitung dari : (1). Penghasilan bruto dari penjualan yang dikurangi dengan biaya-biaya. (2) Penghasilan neto dengan menggunakan norma penghitungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 Undang-Undang PPh dan untuk Wajib Pajak orang pribadi dikurangi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak.

Berikut adalah kerangka berfikir dari pengenaan pajak penghasilan atas transaksi e-commerce di Kabupaten Kediri.



Gambar .2 Kerangka Berfikir

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif interpretif yang dilakukan dengan memahami dan mendalami sudut padang informan dengan menguraikan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber dan penyebaran kuesioner dengan pihak yang terkait maupun data sekunder yang berupa PP 23 Tahun 2018 dan Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-commerce. Penelitian ini mengambil lokasi di wilayah Kabupaten Kediri dengan subjek penelitian yaitu pengusaha online yang berdomisili di Kabupaten Kediri yang menjalankan transaksi usaha e-commerce dalam bentuk Online Retail. Fokus penelitian adalah UMKM yang memiliki peredaran bruto dibawah 4,8 Miliar yang menjalankan transaksi e-commerce dengan model online retail yang bergerak dalam bidang makanan, serta upaya dalam pemenuhan kewajiban perpajakan PP 23 Tahun 2018 serta pengenaan pajak penghasilan atas transaksi e-commerce yakni SE 62/PJ/2013.

Pemilihan Informan

Penentuan informan penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling. Adapun kriteria nara sumber yang sesuai dengan penelitian ini adalah pelaku e-commerce:

1. Pelaku E-commerce

- a. Nama : Gatot Siswanto
Jenis Usaha : Makanan
Produk : Tahu Takwa
Alamat : Jalan Pamenang Desa Toyoresmi Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri
Online Retail : Instagram, Facebook, Buka Lapak

- b. Nama : Agus
Jenis Usaha : Makanan
Produk : Sambel Pecel Gopeng
Alamat : Dusun Sukorejo Desa Wonorejo Kecamatan Wates
Online Retail : Instagram, Facebook, Buka Lapak

2. Praktisi Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pare Kediri

Petugas Pajak berinisial F yang menjabat sebagai AR (Account Representative) Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pare Kediri bidang pengawasan dan konsultasi.

Teknik Analisis data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analysis Interactive Model dari Miles dan Huberman, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (data collection), reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (conclusions).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

E-commerce

Penulis melakukan wawancara dengan narasumber guna mengetahui bisnis *e-commerce* yang dijalankan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Bapak Agus selaku informan peneliti sebagai berikut:

“E-commerce itu merupakan sebaran produk, penjualan/pembelian, pemasaran melalui media elektronik semacam internet. Manfaat yang saya peroleh dari penjualan online adalah sebagai ajang promosi, karena produk kita bisa dilihat/diakses dari manapun sepanjang ada akses internet”

Hal lain juga sebagaimana disampaikan oleh Bapak Gatot terkait dengan e-commerce sebagai berikut:

“E-commerce merupakan penjualan produk melalui media internet, proses penjualan yang kami lakukan jika pemesanan melalui media sosial kami akan melakukan proses ditribusi kepada pelanggan sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan. Manfaat yang didapat dari penjualan onlie dapat memperluas pasar penjualan produksi tahu GTT di Indonesia”

Dengan demikian daya tarik e-commerce adalah jangkauan pasar yang tidak lagi terbatas pada sejumlah daerah atau dalam sebuah Negara, tetapi seluruh dunia. Ini tentunya membuat sebuah perusahaan kecil berpontensial mendunia sama dengan perusahaan transnasional.

Online Retail

Online Retail merupakan kegiatan menjual barang atau jasa melalui jejaring media sosial. Terkait dengan media apa yang digunakan informan dalam memasarkan produknya. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Bapak Agus sebagai berikut:

“Saya melakukan penjualan disosial media, dengan memposting produk untuk dipasarkan buka lapak, Instagram, Facebook, dan sempat menggunakan website...”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Gatot terkait pemasaran produk melalui media sosial. Terkait dengan kewajiban perpajakan UMKM yang menjalankan transaksi e-commerce dalam kategori Online Retail informan belum mengetahui jika e-commerce merupakan objek dari pajak pengahsalian sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Agus dan Bapak Gatot sebagai berikut :

“Kami belum mengetahui jenis pajak yang harus dipenuhi saat menjalankan transaksi online karena hal tersebut sangat awam bagi kami. Transaksi e-commerce merupakan objek dari pajak juga belum tahu namun pernah mendengar sebatas akan dikenakan pajak.”

PP 23 Tahun 2018

Dalam menjalankan usahanya Wajib Pajak diharapkan dapat memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan perundang- undangan termasuk dengan

pengenaan tarif PP 23 Tahun 2018. Dalam hal ini Bapak Gatot sudah menjalankan kewajiban perpajakan sesuai dengan aturan yang berlaku mulai dari membuat laporan keuangan, menghitung, menyetor, dan melaporkan pajak ke Negara. Sebagaimana hal tersebut disampaikan oleh Bapak Gatot sebagai berikut:

“Usaha kami sudah ada pembukuan meskipun masih dalam taraf laporan keuangan sederhana guna mempermudah arus uang masuk dan keluar. Dari laporan keuangan tersebut kami bisa bisa menghitung, menyetor dan melaporkan pajak sesuai dengan aturan pemerintah...”

Pelaksanaan dari PP 23 Tahun 2018 belum sepenuhnya berjalan dengan baik, hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara dengan informan mengenai PP 23 Tahun 2018 sebagaimana disampaikan oleh Bapak Agus sebagai berikut:

“Saya tidak tahu bagaimana mekanisme dan apa itu PP 23 Tahun 2018 karena Saya tidak pernah ikut sosialisasi....”

Bagi Kantor Pajak Pratama Pare Kediri sudah menghimabu dan melakukan sosialisasi kepada UMKM terkait pemberlakuan PP 23 Tahun 2018. Sebagaimana hal tersebut disampaikan petugas pajak sebagai berikut:

“Kantor Pelayanan Pratama menyelenggarakan sosialisasi peraturan tersebut kepada seluruh UMKM yang terdaftar di KPP Pratama Pare Kediri dengan periode waktu yang berbeda. Namun tidak semua peserta yang kami undang hadir dan mengikuti sosialisasi yang kami selenggarakan...”

Dengan demikian pemerintah harus lebih intensif melakukan sosialisasi kepada Wajib Pajak pelaku e-commerce dalam pemenuhan kewajiban perpajakan sesuai perundang- undangan. Menggalakkan regulasi yang ada di pemeritahan guna mengedukasi Wajib Pajak terkait pengetahuan tentang perpajakan khusunya yang menjalankan transaksi e-commerce.

SE 62/PJ/2013

Ketidaktahuan Wajib Pajak pelaku transaksi e-commerce atas SE 62/PJ/2013 berakibat pada pelaporan perpajakan sesuai dengan perundang- undangan. Sebagaimana hal tersebut disampaikan oleh Bapak Agus dan Bapak Gatot sebagai berikut:

“Kami tidak mengetahui tentang SE 62/PJ/2013 yang mengatur transaksi e-commerce. Sangat awam sekali dengan peraturan tersebut karena kami juga belum mendapatkan sosialisasi terkait aturan tersebut.”

Berdasarkan keterangan AR Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pare Kediri yang bernama Djadmiko diperoleh informasi sebagai berikut:

“pengkhususan untuk Wajib Pajak e-commerce belum ada karena belum ada data dan belum bisa benar-benar menyaring pelaku e commerce”. Banyak hambatan dan kendala yang dialami oleh petugas pajak dalam mengidentifikasi pelaku e-commerce karena sistem pajak kita self assesment jadi menuntut kejujuran dan inisiatif Wajib Pajak, kesadaran, kepedulian dan kejujuran Wajib Pajak diutamakan”

Sulitnya penerapan transaksi atas e-commerce dikarenakan subyek dan obyek pajak atas transaksi e-commerce susah ditelusuri terkait dengan pergerakan arus transaksinya. Oleh karena itu pemerintah perlu mengkaji ulang dan membuat telaah tentang regulasi dasar pemungutan pajak atas transaksi e-commerce sebelum di terapkan kepada Wajib Pajak yang melakukan transaksi e-commerce.

Kepatuhan Wajib Pajak

Terkait dengan pengenaan pajak atas transaksi e-commerce, sehingga berdampak pada perilaku Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakan sesuai dengan perundang- undagan yang berlaku, sebagaimana Bapak Agus sampaikan sebagai berikut:

"Perlu adanya regulasi yang jelas, mengingat besaran transaksi lewat e-commerce cukup besar. Konon secara global mencapai triliun an, saya pikir wajar dikenakan pajak. Permasalahan nya, bagaimana mengetahui detail transaksi dan nominal masing- masing penggiat e-commerce.." mengungkapkan bahwa sebaiknya pemerintah lebih intensif melakukan kegiatan sosialisasi terkait dengan peraturan terkait dengan transaksi e-commerce melalui media cetak maupun elektronik dan komunitas UMKM yang ada di kabupaten kediri"

Pendapat lain juga disampaikan oleh Bapak Gatot terkait dengan pemberlakuan pajak e-commerce sebagai berikut:

"Setuju apabila pajak atas transaksi e-commerce diterapkan akan tetapi kurangnya pengetahuan tentang regulasi perpajakan, terlebih dalam usaha online yang mereka jalankan masuk dalam kategori usaha yang omsetnya masih kecil. Perkembangan bisnis online berkembang dengan pesat harus dikenakan pajak juga sama halnya dengan pedagang konvesional...." peraturan pemungutan pajak atas transaksi e-commerce harus memiliki regulasi dan dasar pemungutan yang jelas serta tidak memberatkan para penjual dan pembeli online..."

Menurut petugas pajak selaku AR Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pare Kediri bahwa pihaknya sudah melakukan sosialisasi kepada Wajib Pajak meskipun belum intensif sebagaimana yang disampaikan sebagai berikut:

"pihak kami pernah melakukan kegiatan sosialisasi yang di selenggarakan dengan bekerjasama Asosiasi internet marketing dan pedagang pada tahun 2018 terkait dengan kewajiban perpajakan secara umum atas transaksi e-commerce..."

Hal yang sama juga diungkapkan oleh staf Dinas Koperasi dan UMKM bahwa beberapa instansi pemerintah Kabupaten Kediri dalam naungan Dinas Koperasi dan UMKM turut serta melakukan pembinaan dan sosialisasi agar usaha UMKM berkembang melalui bisnis online sebagai berikut:

"pengembangan untuk umkm mulai dari penumbuhan wirausaha baru, peningkatan kualitas produk, kemasan, peningkatan kapasitas produksi, kemitraan, jaringan, kelembagaan dan pemasaran produk berupaya mendorong perkembangan secara online melalui gerakan pelatihan Wira Usaha Pemula (WUP) untuk peningkatan kapasitas usaha pelaku dengan cara memberikan

pelatihan packaging (pengemasan) melalui media online. Harapan pemerintah dengan adanya penyuluhan tersebut dapat mengembangkan pangsa pasar UMKM melalui sistem digital serta menjadikan para pelaku usaha secara online atas transaksi e-commerce dapat memberikan kontribusi penerimaan negara."

Analisis Pengenaan Pajak Penghasilan pada Transaksi E-commerce

Terkait dengan kepatuhan dan ketidakpatuhan Wajib Pajak yang berdampak pada penerimaan negara. Sebagaimana hal tersebut disampaikan oleh petugas pajak:

"Pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Kediri yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pare sebagian sudah memenuhi kewajiban perpajakan untuk UMKM yakni PP 23 tahun 2018, namun ada juga yang belum memenuhi terlebih lagi untuk SE 62/PJ/2013 terkait Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-commerce belum berjalan karena belum bisa menyaring pelaku UMKM yang menjalankan transaksi e-commerce..."

KESIMPULAN

Kesimpulan pengenaan Pajak Penghasilan pada Usaha Mikro Kecil Menengah yang menjalankan transaksi e-commerce sebagai berikut:

1. Bapak Gatot selaku pengusaha UMKM dalam bidang makanan terkait pengenaan pajak atas transaksi e-commerce belum memenuhi kewajiban perpajakan SE 62/PJ/2013 tentang ketentuan perpajakan atas transaksi e-commerce karena ketidaktauhan pengetahuan tentang regulasi tersebut dan belum adanya sosialisasi dari petugas pajak.
2. Bapak Agus pengusaha UMKM dalam bidang makanan terkait pengenaan pajak atas transaksi e-commerce belum memenuhi kewajiban perpajakan SE 62/PJ.2013 tentang ketentuan perpajakan atas transaksi e-commerce dan PP 23 Tahun 2018 karena ketidaktauhan akan peraturan sehingga menjadi penyebab ketidakpatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraundang- undangan.
3. Pengenaan pajak atas transaksi e-commerce di KPP Pratama Pare Kediri belum adanya pengkhususan untuk Wajib Pajak yang melakukan transaksi e-commerce hal tersebut dikarenakan belum adanya data Wajib Pajak yang masuk di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Pare yang melakukan transaksi e-commerce sehingga peraturan SE 62/PJ/2013 belum berjalan bagi pelaku UMKM yang menjalankan transaksi e-commerce

Implikasi dari penelitian ini adalah 1) melakukan analisis data pelaku e-commerce melalui perhitungan statistik nilai angka Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dengan bantuan Badan Pusat Statistik (BPS) menyangkut nilai omzet, jenis investasi lokal dan asing, metode pembayaran, tenaga kerja dan penggunaan teknologi. Setelah itu akan dilanjutkan dengan pendataan sehingga pemerintah dapat dengan mudah mencatat potensi pajak dari setiap transaksi jual beli online; 2) mengadakan kegiatan sosialisasi dan edukasi, himbauan melalui

media pengiklanan baik cetak maupun elektroik kepada Wajib Pajak terkait regulasi yang mengatur transaksi e-commerce. Sedangkan saran untuk penelitian yang akan datang adalah menambahkan jenis usaha yang dijadikan objek penelitian UMKM kemudian mengambil satu objek penelitian UMKM dalam kategori Mikro, dalam katergori Kecil serta dalam kategori Menengah dengan bidang usaha tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Amelia. 2016. *E-Commerce* di Indonesia. <https://sis.binus.ac.id/islaboratory>. Diakses pada 15 Maret 2019

Anita, Aprilia. 2016. *Penanganan dan Pengawasan Dalam rangka intensifikasi di Bidang E-commerce*. Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang.

Arya. 2010. *Materi e-Commerce*. <https://arya2710.wordpress.com/materi/>. Diakses pada 13 Maret 2019

Budi, I. 2017. *Kajian Terhadap Faktor-faktor yang Mempegaruhi Kepatuhan Wajib Pajak*. Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Sektor Publik

Cahyadini, Amelia. Oka, Indra Margana. 2018. *Kebijakan Optimalisasi Pajak Penghasilan Dalam Kegiatan E-commerce*. Vej Volume 4 Nomor 2.358. Universitas Padjajaran Bandung.

Makalalag, Leonard. 2016. *Pengenaan pajak Penghasiln terhadap Pengusaha dalam Transaksi Perdagangan Online (E-commerce)*. Jurnal Ilmu Hukum Legal Opini Edisi 1, Volume 4 tahun 2016

Maharani, Eviera Utomo 2016. *Transaksi E-Commerce Sebagai Potensi Penerimaan Pajak Di Indonesia*. Universitas Negeri Surabaya

Moleong Lexy J. M.A. 2010. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung

Munawar, Kholil, 2009. *E-Commerce*. Jakarta. Mediakita

Neuman, W.L. 2013. *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif* Edisi Ketujuh. PT. Indeks. Jakarta.

Republik Indonesia. Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Nomor: SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas *E-commerce*

Republik Indonesia. Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Nomor: SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *e-commerce*

Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Direktorat Jendral Pajak Nomor: PP 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Peredaran Bruto Tertentu

Resha. 2017. Otoritas Pendapatan Memiliki Peran Penting Dalam Mewujudkan Potensi Penuh E-commerce.

Rosalinawati, Emma. Syaiful. 2016. Analisis Pajak Penghasilan Atas transaksi E-commerce di Kabupaten Gresik. Universitas Muhamadiyah Gresik. Juornal of Islamic. Accounting and Tax JIAT (1) 1- 18 (2018)

Setiawan, Hadi. Arie, Sofie Damayanty. 2016. *Penguatan Beberapa Sumber Penerimaan Pajak Sebagai Upaya Mitigasi Risiko APBN*. Info Risiko Fiskal/Edisi 1/Tahun 2016.

Rahayu, Siti Kurnia. 2010 .Perpajakan Indonesia: Konsep dan Aspek Formal, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sya'bani. 2016. *Review Ketentuan Perpajakan e- Commerce di Indonesia: Menggali Potensi Penerimaan Negara di Tengah Lesunya Ekonomi Global*. www.fiskal.kemenkeu.go.id/data/document/2016. Diakses 17 Maret 2019

Wibawa, H. 2010. "Perkembangan, Manfaat, dan Kelemahan E-Commerce". <http://mhs.blog.ui.ac.id/hari.wibawa/2010/10/28/perkembangan-manfaat-dan-kelemahan-e-commerce/>. Diakses pada 1 Maret