



Analisis Yuridis Pemungutan Pajak Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia

Ni Nyoman Ayu Paramitari*, Ida Ayu Putu Widiati dan Luh Putu Suryani

Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia

*ayu.paramitari@gmail.com

How To Cite:

Paramitari, N, N, A., Widiati, I, A, P., & Suryani, L, P. (2019). Analisis Yuridis Pemungutan Pajak Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Analogi Hukum*. 1 (1). 114-119. Doi: <http://dx.doi.org/10.22225/1.1.1467.114-119>

Abstract-The development of the internet in the business world, especially trade, provides many benefits but also provides losses for both sellers and buyers. E-Commerce is an activity to sell and buy goods and / or services through the internet network (Online). The rapid development of E-Commerce in Indonesia raises questions about the taxes imposed on this E-Commerce transaction. The government also began to consider tax regulation that was in accordance with E-Commerce transactions in Indonesia. This research was analyze the scope of E-Commerce transactions in Indonesia and how the tax base applies in E-Commerce transactions in Indonesia. The research method used in this paper is the normative research method, where the author uses literature in accordance with the laws and regulations. The results of the thesis research that I get is the imposition of tax on E-Commerce transactions similar to conventional trade transactions in accordance with the laws and regulations governing the provisions of E-Commerce tax, namely the Director General of Tax Circular Number.SE-62 / PJ / 2013 concerning Affirmation of Taxation Terms For E-Commerce Transactions.

Keywords: Tax for e-commerce transactions.

Abstrak-Perkembangan internet dalam dunia bisnis khususnya perdagangan, memberikan banyak keuntungan namun juga memberikan kerugian baik bagi penjual maupun pembeli. E-Commerce merupakan kegiatan menjual dan membeli barang dan/ atau jasa melalui jaringan internet (Online). Pesatnya perkembangan E-Commerce di Indonesia menimbulkan pertanyaan mengenai pajak yang dikenakan dalam transaksi E-Commerce ini. Pemerintah juga mulai menimbang mengenai pengaturan pajak yang sesuai dengan transaksi E-Commerce di Indonesia. Penelitian ini menganalisis ruang lingkup transaksi E-Commerce di Indonesia dan bagaimana dasar pengenaan pajak dalam transaksi E-commerce di Indonesia. Metode penelitian dalam penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian normatif, dengan pendekatan peraturan perundang-undangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwapengenaan pajak atas transaksi E-Commerce sama dengan transaksi perdagangan konvensional yang sesuai dengan peraturan perundangan mengatur ketentuan pajak E-Commerce yaitu Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor. SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce.

Kata Kunci: Pengenaan pajak transaksi e-commerce

kelompok.

1. Pendahuluan

Indonesia adalah Negara hukum yang berlandaskan Pancasila sebagai Ideologi bangsa yang bertujuan, untuk mewujudkan tata kehidupan negara yang sejahtera, dan tertib dimana kedudukan hukum setiap warga negaranya dijamin sehingga mampu tercapainya sebuah keserasian, keseimbangan antara kepentingan perorangan, maupun kepentingan

Perkembangan teknologi di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat, yang utamanya di bidang internet. Internet bahkan mampu dijadikan peluang untuk berbisnis seperti menjual atau membeli barang dan/ atau jasa. Dengan kemampuan internet dalam hal perdagangan secara *online*, menimbulkan beberapa kerugian, seperti kalahnya pedagang di pasaran konvensional. Hal ini dapat

dibuktikan secara nyata, yaitu pembeli lebih merasa mudah untuk berbelanja melalui sistem online. Selain dimudahkan dalam hal waktu, pembeli juga lebih mudah dalam hal jarak tempuh. Pembeli bisa melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun (Sitompul, 2001).

Perdagangan elektronik, memang begitu memberikan banyak keuntungan baik, untuk pedagang maupun konsumen sehingga penggunaan internet dalam melakukan transaksi, masih diminati dan diperkirakan akan menggantikan transaksi yang masih menggunakan pola konvensional yaitu transaksi para pembeli dan para penjual saling bertatap muka, untuk melakukan pembayaran dan melakukan pemberian barang.

Banyak sekali kaum muda maupun tua ikut andil dalam bisnis online. Keuntungan yang sangat besar diperoleh dari perdagangan online ini membuat mayoritas masyarakat ingin mencoba melakukan bisnis jual beli online tersebut. Kemudahan dan keuntungan yang banyak menjadi alasan utama dari oknum-oknum pedagang online yang menggeluti *E-Commerce*. *E-commerce* itu sendiri bagaikan menjadi tambang emas bagi pemilik usaha yang tidak memiliki modal untuk membuka toko. Pemasaran yang dapat dilakukan oleh pedagang online ini bisa mencapai nasional maupun internasional, jadi tidak memungkinkan untuk barang dagangannya tidak akan laku terjual. Keuntungan yang begitu besar juga didapatkan, ketika para pedagang online ini tidak sama sekali dikenakan pajak dari pemerintah.

Dalam transaksi *e-commerce*, seringkali orang berpikir tidak berlakunya pengenaan pajaknya dikarenakan transaksi terjadi secara virtual. Namun, transaksi yang dilakukan tetap akan mendatangkan penghasilan, sehingga tidak ada perbedaan dari sisi manfaat secara ekonomis yang dihasilkan. Satu-satunya perbedaan, hanya pada cara melakukan transaksi atau media pertemuan penjual dan pembeli. Aspek perpajakan *e-commerce* memiliki banyak sisi yang tidak berbeda terhadap aktivitas bisnis secara umumnya.

Keuntungan yang begitu besar juga didapatkan ketika para pedagang online ini tidak sama sekali dikenakan pajak dari pemerintah. Tidak seperti pedagang konvensional pada umumnya. Sehingga terjadi tumpang tindih dalam hal perpajakan. Hal ini menjadi sangat serius dikarenakan perputaran uang di dunia maya ini jumlahnya lebih besar dari dunia nyata. Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai dari transaksi ini meskipun belum ada penelitian yang *valid* diperkirakan

masih sangat skala kecil dan tidak sesuai dengan besarnya nilai transaksi *E-commerce* yang terjadi. Masih sangat banyak Wajib Pajak yang kemungkinan melakukan penghindaran pembayaran pajak, baik Pajak Penghasilan maupun Pajak Perambahan Nilai dari transaksi *E-commerce* ini. Berbagai kesulitan, yang berkaitan dengan usaha mengidentifikasi identitas dan lokasi pihak-pihak yang bertransaksi, waktu dan lokasi penyerahan barang jasa pada transaksi *E-commerce* merupakan hal yang memudahkan dan mendorong, Wajib Pajak untuk berkelit memenuhi kewajiban perpajakannya. Namun, hal ini didukung hasil Penelitian (Cahyadi & Margana, 2018) yang membahas tentang Upaya yang dapat dilakukan Direktorat Jenderal Pajak dalam mengoptimalkan pendapatan negara dari pajak penghasilan dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia terkait dengan sistem self assessment adalah dengan menetapkan kebijakan mengenai kewajiban pelaku *e-commerce* untuk menggunakan sertifikat keandalan bagi penyelenggara transaksi elektronik dalam lingkup privat sebagai suatu upaya peningkatan pengawasan oleh pemerintah dan juga masyarakat umum.

Pendapatan Negara dari perpajakan akan menjadi berkurang apabila mayoritas pedagang konvensional berpindah ke pedagang online. Dalam hal ini sangatlah diperlukan pengaturan mengenai perpajakan terhadap *E-commerce* ini. Agar terciptanya keseimbangan dan keadilan di dalam masyarakat khususnya di dalam dunia bisnis. Apabila pajak dari transaksi *e-commerce* tidak diberlakukan sama seperti pedagang konvensional akan mengakibatkan tidak diimplementasikannya prinsip-prinsip keadilan dalam menegakkan hukum yang terjadi tentunya ketidakseimbangan persaingan antar pengusaha karenanya beban pajak tidak bisa merata diantara Wajib Pajak *Online* dan *Offline*.

Aktivitas-aktivitas perdagangan yang dilakukan, oleh situs-situs perdagangan *online* di Indonesia secara operasional banyak menggunakan internet untuk menjalankan aktivitasnya. Internet digunakan sebagai tempat bertemunya konsumen dengan pedagang, sekaligus channel bagi terjadinya proses-proses transaksi. Situs perdagangan *online* yang berjalan di Indonesia diikat dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku secara hukum.

Apabila perpajakan yang didapatkan dari perdagangan elektronik ini, maka pendapatan yang akan di dapatkan oleh Negara akan mencapai jumlah yang sangat besar. Sehingga

tidak akan ada lagi tumpang tindih antara pedagang biasa dengan penggelut bisnis online.

Dalam hal perdagangan *online* ini, yang menjadi permasalahan adalah mengenai pemungutan pajak yang sama dengan pedagang konvensional. Apabila dilihat secara nyata, peredaran uang dalam jual beli secara *online* ini sangat besar sehingga menimbulkan yurisdiksi mengenai apakah pemungutan pajak terhadap perdagangan konvensional sama dengan perdagangan *online* yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPH). Pemerintah harus serius dalam menangani masalah perpajakan dalam transaksi *E-commerce* di Indonesia, dikarenakan banyaknya keuntungan yang diperoleh dari hasil transaksi dalam *E-Commerce*. Bahkan di Indonesia sudah terdapat 4 (empat) *Unicorn* dalam bidang *E-Commerce*. Apabila pelaku *E-commerce* diberikan kelonggaran dalam hal perpajakan, baik Pajak Penghasilan maupun Pajak Pertambahan Nilai maka akan menimbulkan ketidakseimbangan dan ketidakadilan dalam hukum yang berlaku di Indonesia. Aspek perpajakan *e-commerce* memiliki banyak sisi yang tidak berbeda dengan aktivitas bisnis pada umumnya.

Pada Penelitian sebelumnya, (Makalalag, 2016) menemukan Transaksi perdagangan online dapat dikenakan pajak penghasilan karena jika berdasar syarat Subjektif (Pengusaha) dan syarat Objektif (Penghasilan) dalam pengenaan pajak penghasilan, pengusaha dalam perdagangan online (*e-commerce*) telah memenuhi syarat untuk dikenakan pajak penghasilan. Tetapi jika undang-undang pajak penghasilan yang ada digunakan dalam pengenaan pajak untuk transaksi perdagangan online (*e-commerce*), maka pengenaan pajak akan tidak maksimal. Penelitian lainnya oleh (Valentino & Wairocana, 2018) menemukan Potensi Perpajakan terhadap transaksi *E-Commerce* Di Indonesia sangat besar, ada beberapa faktor penghambat dalam pengenaan Pajak terhadap *E-Commerce* baik dari faktor hukum faktor pemerintah maupun pelaku usaha online sebagai wajib pajak. Mereka juga menyarankan agar pemerintah membuat aturan yang secara khusus mengatur mengenai hal tersebut sehingga dapat memanfaatkan potensi tersebut dengan baik.

Dari permasalahan yang penulis temui ini menimbulkan keinginan dari penulis untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengenaan pajak dalam transaksi *E-commerce* ini dalam bentuk jurnal ilmiah yang terbatas pada ruang lingkup transaksi *E-commerce* di Indonesia dan

dasar pengenaan pajak dalam transaksi *E-Commerce*.

2. Metode

Metode penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah metode hukum normative dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Pendekatan perundang-undangan merupakan pendekatan yang dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pemungutan pajak dalam transaksi *E-Commerce*. Sedangkan pendekatan konseptual, merupakan pendekatan yang diangkat dari doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.

Adapun sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bahan hukum primer yang diperoleh dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu: Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-undang RI Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-undang RI Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah, Undang-undang RI Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Peraturan Pemerintah RI Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan, Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*), dan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*. Bahan hukum sekunder berupa literatur-literatur, artikel-artikel, jurnal hukum dan yang lain terkait dengan permasalahan. Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan metode pencatatan yaitu, dengan membaca, meringkas dan menelaah peraturan perundang-undangan serta melalui studi dokumentasi yang berkaitan dengan pemungutan pajak dalam transaksi *E-commerce* di Indonesia.

3. Hasil Dan Pembahasan

Ruang Lingkup Transaksi E-Commerce di Indonesia

Transaksi *E-commerce* merupakan transaksi yang dilakukan melalui sistem *online* atau melalui jaringan internet. *E-commerce*

dapat diartikan sebagai transaksi komersial yang dilakukan melalui jaringan komunikasi berupa fax, telegram, email, dan EDI, dan sarana-sarana elektronik yang meliputi kegiatan tukar-menukar informasi, pemasaran, dan kegiatan perbankan melalui internet (*E-Banking*).

E-commerce itu sendiri bagaikan menjadi tambang emas bagi pemilik usaha yang tidak memiliki modal untuk membuka toko. Pemasaran yang dapat dilakukan oleh pedagang online ini bisa mencapai nasional maupun internasional, jadi tidak memungkinkan untuk barang dagangannya tidak akan laku terjual. Keuntungan yang begitu besar juga didapatkan, ketika para pedagang online ini tidak sama sekali dikenakan pajak dari pemerintah. Tidak seperti pedagang konvensional pada umumnya. Dalam transaksi *e-commerce* seringkali orang berpikir tidak berlakunya pengenaan pajaknya dikarenakan transaksi terjadi secara virtual. Namun, transaksi yang dilakukan tetap akan mendatangkan penghasilan sehingga tidak ada perbedaan dari sisi manfaat secara ekonomis yang dihasilkan. Satu-satunya perbedaan hanya pada cara melakukan transaksi atau media pertemuan penjual dan pembeli. Aspek perpajakan *e-commerce* memiliki banyak sisi yang tidak berbeda terhadap aktivitas bisnis secara umumnya.

Sehingga terjadi tumpang tindih dalam hal perpajakan. Hal ini menjadi sangat serius dikarenakan perputaran uang di dunia maya ini jumlahnya lebih besar dari dunia nyata. Perdagangan elektronik, memang memberikan banyak keuntungan yang baik untuk pedagang atau bahkan maupun untuk konsumen sehingga penggunaan internet dalam melakukan transaksi masih diminati dan diperkirakan akan menggantikan transaksi yang kini masih menggunakan pola-pola konvensional seperti transaksi di mana pembeli dan penjual saling berhadapan, untuk melakukan pembayaran dan pemberian barang.

Tidak terjadi hal yang sama seperti perdagangan konvensional yang hanya bisa memasarkan barang dagangannya di tempat tokonya berdiri saja. Tidak heran jika lebih banyak masyarakat memilih untuk memperjual belikan barang dan/ atau jasanya secara online. Pendapatan Negara dari perpajakan akan menjadi berkurang apabila mayoritas pedagang konvensional berpindah ke pedagang online. Dalam hal ini sangatlah diperlukan pengaturan mengenai perpajakan terhadap *E-commerce* ini. Agar terciptanya keseimbangan, dan keadilan di dalam masyarakat khususnya di dalam dunia bisnis. Aktivitas-aktivitas perdagangan yang

dilakukan, oleh situs-situs perdagangan *online* di Indonesia secara operasional banyak menggunakan internet untuk menjalankan aktivitasnya. Internet digunakan sebagai tempat bertemunya konsumen dengan pedagang, sekaligus chanel bagi terjadinya proses-proses transaksi. Situs perdagangan *online* yang berjalan di Indonesia diikat dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku secara hukum.

Ada 4 (empat) jenis *E-commerce* di Indonesia, yaitu: *Online Market place*, *Classified Ads*, *Daily Deals* dan *Online Retail*. Terkait dasar hukum aktivitas perdagangan di Indonesia diatur dengan UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Sebagaimana yang tercantum dalam pasal 4 ayat (1) bahwa ruang lingkup perdagangan salah satunya meliputi Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Ruang lingkup transaksi *E-commerce* di Indonesia dapat dijabarkan sebagai berikut: *Business To Business*, *Consumer*, *Online To Offline To Consumer*, *Consumer To Business*, *Business To Administration*, *Business To Consumer*, *Consumer To Administration* (Wira Sakti, 2014).

Dasar Pengenaan Pajak Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia

Aspek perpajakan *e-commerce* memiliki banyak sisi yang tidak berbeda dengan aktivitas bisnis pada umumnya. Pasal 9 ayat (1) Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) yang dimana menjelaskan bahwa pengenaan Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan Atas Barang Mewah dan Pajak Penghasilan atas penjualan barang dan jasa yang melalui sistem berbasis elektronik berupa *online retail, classified ads, daily deals*, atau media sosial, akan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam peraturan perundangan di bidang perpajakan.

Berdasarkan atas Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* poin F menjelaskan bahwa ketentuan yang tertuang dalam Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan dan peraturan pelaksanaan yang diberlakukan terhadap wajib pajak pedagang konvensional juga diberlakukan bagi wajib pajak yang melakukan Transaksi *E-Commerce*. Dalam poin G menyebutkan ketentuan pajak atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dari Transaksi *E-Commerce*, dan dalam poin H

menyebutkan ketentuan pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah atas Transaksi *E-Commerce*.

Online Pajak sudah menyediakan aplikasi khusus untuk *E-commerce* yaitu, API (*Application Program Interface*) pajak *e-commerce* yang dimana gunanya untuk kebutuhan integrasi aplikasi dalam menghitung, menyetor dan melapor pajak secara *online* dan mudah di dalam satu aplikasi terpadu. Dengan aplikasi yang sudah disediakan oleh pemerintah inilah memudahkan untuk pelaku bisnis *online* melaporkan pajaknya. Penghasilan yang dimaksud dapat dikategorikan sebagai hasil penjualan, royalti, bunga. *E-commerce* itu sendiri bagaikan menjadi tambang emas bagi pemilik usaha yang tidak memiliki modal untuk membuka toko. Pemasaran yang dapat dilakukan oleh pedagang *online* ini bisa mencapai nasional maupun internasional, jadi tidak memungkinkan untuk barang dagangannya tidak akan laku terjual. Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai dari transaksi ini meskipun belum ada penelitian yang *valid* diperkirakan masih sangat skala kecil dan tidak sesuai dengan besarnya nilai transaksi *E-commerce* yang terjadi. Masih sangat banyak Wajib Pajak yang kemungkinan melakukan penghindaran pembayaran pajak, baik Pajak Penghasilan maupun Pajak Pertambahan Nilai dari transaksi *E-commerce* ini. Berbagai kesulitan, yang berkaitan dengan usaha mengidentifikasi identitas dan lokasi pihak-pihak yang bertransaksi, waktu dan lokasi penyerahan barang jasa pada transaksi *E-commerce* merupakan hal yang memudahkan dan mendorong, Wajib Pajak untuk berkelit memenuhi kewajiban perpajakannya.

Pemerintah harus serius dalam menangani masalah perpajakan dalam transaksi *E-commerce* di Indonesia, dikarenakan banyaknya keuntungan yang diperoleh dari hasil transaksi dalam *E-Commerce*. Bahkan di Indonesia sudah terdapat 4 (empat) *Unicorn* dalam bidang *E-Commerce*. Apabila pelaku *E-commerce* diberikan kelonggaran dalam hal perpajakan, baik Pajak Penghasilan maupun Pajak Pertambahan Nilai maka akan menimbulkan ketidakseimbangan dan ketidakadilan dalam hukum yang berlaku di Indonesia.

Hal-hal yang bersifat mendasar, konseptual, dan operasional berkaitan dengan pemungutan Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penghasilan dalam transaksi *E-Commerce* harus diatur secara khusus seperti: definisi atau batasan dari transaksi *E-Commerce*,

karakteristik barang dan/ atau jasa yang menjadi objek transaksi *E-Commerce*, identitas dan lokasi para pihak yang terlibat dalam transaksi *E-Commerce*, pengaturan berkaitan dengan transaksi *E-Commerce* lintas Negara, mekanisme pemungutan, penyetoran, pelaporan, pengawasan dan penegakan hukum dan hal penting lainnya. Masih banyak Wajib Pajak yang, memungkinkan melakukan penghindaran pembayaran pajak, baik Pajak Penghasilan maupun Pajak Pertambahan Nilai dari transaksi *E-Commerce*.

Apabila pajak dari transaksi *e-commerce* tidak diberlakukan sama seperti pedagang konvensional akan mampu mengakibatkan tidak di implementasikannya prinsip-prinsip keadilan dalam menegakkan hukum yang terjadi tentunya ketidakseimbangan persaingan antar pengusaha dikarenakan beban-beban pajak yang tidak bisa merata antara Wajib Pajak *Online* dan *Offline*. Maka dari itu pajak *e-commerce* dapat dikatakan sebagai alat pemerataan pendapatan masyarakat. Transaksi *e-commerce*, seringkali tidak sesederhana seperti pada 4 jenis transaksi yang disebutkan diatas. Setidaknya, akan timbul suatu kondisi yang dimana transaksi *e-commerce* akan sulit dikenakan pajaknya. Kondisi yang pertama, transaksi melalui *e-commerce* bisa menembus batasan geografis antar negara. Kondisi yang kedua, barang dan/ atau jasa yang diperjualbelikan dapat berupa digital seperti perangkat lunak komputer, musik-musik, majalah-majalah, atau lainnya hingga dapat dikatakan bahwa transaksi fisik tidak akan diperlukan lagi dan, bisa digantikan dengan perpindahan bentuk digital. Kondisi ketiga transaksi *e-commerce* terjadi begitu cepat di seluruh dunia dalam waktu singkat. Namun transaksi yang dilakukan tetap akan mendatangkan penghasilan sehingga tidak ada perbedaan dari sisi manfaat secara ekonomis yang dihasilkan. Satu-satunya perbedaan, hanya pada cara melakukan transaksi atau media pertemuan penjual dan pembeli. Aspek perpajakan *e-commerce* memiliki banyak sisi yang tidak berbeda terhadap aktivitas bisnis secara umumnya.

Maka dari itu tantangan yang sebenarnya dalam hal mengenakan pajak transaksi *e-commerce* adalah bagaimana membuat aturan yang khusus sehingga mampu menangkap potensi pajak atas transaksi *e-commerce* dengan kondisi tersebut. Apabila perpajakan yang didapatkan dari perdagangan elektronik ini, maka pendapatan yang akan di dapatkan oleh Negara akan mencapai jumlah yang sangat besar. Sehingga tidak akan ada lagi tumpang

tindih antara pedagang biasa dengan penggelut bisnis online.

4. Simpulan

Electronic Commerce (E-Commerce) merupakan kegiatan penjualan, pembelian, pemasaran barang dan atau jasa yang melalui elektronik seperti jaringan internet. Ruang lingkup transaksi *E-Commerce*, antara lain: *Consumer To Business, Business To Business, Consumer, Online To Offline To Consumer, Business To Consumer, Consumer Too Administration, Business To Administration*.

Berdasarkan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* poin F menjelaskan bahwa ketentuan yang tertuang dalam Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan dan peraturan pelaksanaan yang diberlakukan terhadap wajib pajak pedagang konvensional juga berlaku bagi wajib pajak yang melakukan Transaksi *E-Commerce*. Dasar Pengenaan Pajak Transaksi *E-Commerce* secara khusus dalam 4 (empat) model transaksi *E-commerce* yang ada di Indonesia, yaitu *Online Market place, Classified Ads, Daily Deals* dan *Online Retail*. Dasar pengenaan pajaknya melingkupi penggantian, harga jual, dan nilai ekspor barang dan/ atau jasa yang diminta atau seharusnya diminta oleh penyelenggara.

Daftar Pustaka

- Cahyadi, A., & Margana, I. O. (2018). Kebijakan Optimalisasi Pajak Penghasilan Dalam Kegiatan E-Commerce. *Veritas Et Justitia*, 4(2), 358–388. Retrieved from <https://doi.org/10.25123/vej.3071>
- Makalalag, L. (2016). Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce). *Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion*, 4(1), 1–10. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/150702-ID-pengenaan-pajak-penghasilan-terhadap-pen.pdf>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem

Elektronik (*E-Commerce*)

- Sitompul, A. (2001). *Hukum Internet (Pengenalan Masalah Hukum Cyberspace)*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Retrieved from <https://catalogue.nla.gov.au/Record/145491>
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*
- Undang-undang RI Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-undang RI Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah
- Undang-undang RI Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
- Valentino, F., & Wairocana, I. G. N. (2018). Potensi Perpajakan Terhadap Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 7(1), 1–15. Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/view/46899>
- Wira Sakti, N. (2014). *Buku Pintar Pajak E-Commerce*. Bandung: Visi Media Pustaka. Retrieved from https://books.google.co.id/books/about/Buku_Pintar_Pajak_E-Commerce.html?id=JuNkBAAQBAJ&redir_esc=y