

## **ANALISIS PEMAHAMAN PAJAK E-COMMERCE PADA PEMILIK BISNIS ONLINE DI TULUNGAGUNG**

**Eni Widhajati<sup>1</sup>, Atalya Permata Putri Zadok<sup>2</sup>**

[widhajati.2017@gmail.com](mailto:widhajati.2017@gmail.com)\*

Universitas Tulungagung<sup>1,2</sup>

---

### **Abstract**

*The purpose of this study is to analyze effectively and thoroughly the extent of understanding online shopping taxation in the development of online shops in Tulungagung. This research methodology uses a qualitative descriptive methodology to describe how the understanding of e-commerce tax is in line with applicable laws. Based on the results of qualitative research conducted with online store owners in the Tulungagung area regarding the understanding of the existence of electronic taxes for the development of online stores in Tulungagung, it can be concluded that there are still many online store owners who do not know about this e-commerce tax policy and stand without understanding the meaning of tax. electronic. Therefore, it is necessary to make more detailed guidelines regarding this electronic tax.*

**Keywords:** *Tax, e-commerce, online shop*

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara efektif dan menyeluruh sejauh mana pemahaman perpajakan belanja online dalam perkembangan toko online di Tulungagung. Metodologi penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif untuk menggambarkan bagaimana pemahaman pajak e-commerce sejalan dengan undang-undang yang berlaku. Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang dilakukan dengan pemilik toko online di wilayah Tulungagung tentang pemahaman akan adanya pajak elektronik untuk pengembangan toko online di Tulungagung, dapat disimpulkan bahwa masih banyak pemilik toko online yang belum mengetahui kebijakan pajak e-commerce ini dan berdiri tanpa memahami arti dari pajak elektronik. Oleh karena itu, perlu dibuat panduan yang lebih detail mengenai pajak elektronik ini.

**Kata kunci:** *Pajak, e-commerce, online shop*

---

\*Penulis Korespondensi

### **1. Pendahuluan**

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi berkembang sangat pesat. Semua bidang tidak luput dari perkembangan teknologi yang semakin memudahkan masyarakat melakukan kegiatan secara online. Salah satu bidang yang terdampak dengan adanya perkembangan teknologi adalah perusahaan

online atau yang lebih kita kenal dengan sebutan e-commerce yang marak saat ini dan menjadi tren belanja online sebagian besar masyarakat Indonesia.

Terutama pada generasi milenial yang menuntut semua hal dilakukan secara instan. Sistem berbelanja online ini sangatlah memudahkan. Karena melalui jaringan internet, tanpa melakukan tatap muka antar penjual dan calon pembeli yang membuat masyarakat lebih efisien waktu, tidak perlu antri dan tidak perlu bedesak-desakan dengan para pembeli lain (Kotler & Armstrong, 2012). Barang yang dicari sangat mudah untuk didapatkan, tidak terhalang oleh jarak. Produk dari Negara lain pun sangat mudah untuk diperoleh hanya melalui belanja online. Dapat memperluas target pasar dan lebih efisien dalam waktu karena tidak perlu bertatap muka langsung saat melakukan kegiatan berbelanja (Suyanto, 2003).

Terdapat banyak *marketplace* yang menaungi pedagang online untuk memperluas ruang lingkup penjualannya. Sektor e-commerce menggunakan transaksi berupa transfer dana, pemasaran secara online, kegiatan jual beli, dan sebagainya (Wong, 2010). Efisiensi dan kecepatan dalam bertransaksi membuat banyak perusahaan lebih menyukai e-commerce dalam memperluas ruang lingkup usahanya (Lestari, 2019). Waktu dan pengiriman yang lebih cepat karena jasa pengiriman lebih mudah.

E-commerce sendiri di Indonesia telah menjadi perhatian pemerintah. Pemerintah telah mengatur aturan terkait e-commerce dalam beberapa kajian hukum yang diantaranya tercantum dalam Undang-undang (UU) No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan yang menjelaskan kepastian hukum serta kesepahaman mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdangan melalui sistem elektronik.

Jumlah pembeli dan transaksi jual beli online yang terus meningkat drastis dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa bisnis online akan terus berkembang, dan diperkirakan trend positif tersebut akan terus berlanjut setidaknya lima tahun ke depan (Mulijadi, 2014). Data dan fakta tentang semakin meningkatnya jumlah transaksi online membuat banyak pebisnis yang mulai melirik dan bahkan beralih ke bisnis online.

Dari data yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo), Indonesia kini menjadi salah satu raksasa bisnis online atau

ecommerce di wilayah Asia Pasifik. Terhitung sejak tahun 2011, bisnis online terus berkembang. Nilai transaksi online semakin meningkat. Dengan bertambahnya tahun nilai transaksi online berkembang pesat. Tidak hanya dalam hal nilai transaksi, jumlah konsumen belanja online di Indonesia juga meningkat. Karena kemudahan sistemnya untuk dijangkau oleh siapapun membuat e-commerce semakin digemari oleh masyarakat yang sekarang lebih memilih berbelanja dari rumah dari pada harus keluar, berpanas-panasan, dan mengantri Panjang (Pratiwi, 2020). Bahkan masyarakat sekarang dapat membeli produk barang atau jasa yang disediakan oleh Negara lain.

Kepatuhan wajib pajak masih menjadi tolok ukur dalam melihat keberhasilan perpajakan suatu negara (Rakhmawati & Hariyanti, 2022). Bagi pelaku usaha berskala kecil dan baru merintis, perlu diberikan sosialisasi terkait pengenaan pajak bisnis online di Tulungagung. Pasalnya, aturan pajak e-commerce yang ditetapkan Direktur Jenderal dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi e-commerce, masih terbilang baru di Indonesia. Oleh karena itu, pelaku online shop wajib memahami dan memenuhi kewajiban perpajakan yang dimuat dalam peraturan tersebut (Resmi, 2016). Namun, apabila online shop tidak berbasis e-Commerce, bagaimana perlakuan pajaknya? Apakah sama dengan yang dikenakan atas transaksi e-Commerce?

Menurut Surat Edaran PMK.010/2018 telah ditegaskan secara efektif berlaku pada 1 April 2019. Dalam peraturan perpajakan terkait Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (e-commerce) ini, penyedia platform marketplace wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sekaligus wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) juga diberlakukan kepada penyedia platform marketplace meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil (Rosalinawati dan Syaiful, 2018).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan RI telah menerbitkan aturan pajak khusus bagi pelaku usaha berbasis elektronik (e-Commerce) atau online shop. Aturan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan PMK.010/2018 tersebut direncanakan secara efektif berlaku pada 1 April 2019. Dalam peraturan perpajakan terkait Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (e-Commerce) ini, penyedia platform

marketplace wajib memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sekaligus wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak juga diberlakukan kepada penyedia platform marketplace meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil.

Sesuai dengan aturan pajak e-commerce 2019 tersebut, PKP Pedagang atau PKP Penyedia Jasa yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) secara elektronik (e-commerce) melalui 37 Penyedia Platform Marketplace diwajibkan memungut, menyetorkan, dan melaporkan 1) Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang Terutang. Tarif pengenaan pajaknya sebesar 10% dari nilai transaksi penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau Jasa Kena Pajak. 2) Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Ketentuan pengenaan pajak jenis ini mengikuti tarif dan tata cara penyetoran dan pelaporan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam peraturan pajak e-commerce 2019 ini juga menegaskan PKP Pedagang dan PKP Penyedia Jasa wajib melaporkan kewajiban pajaknya dalam SPT Masa PPN setiap masa pajak atas penyerahan BKP dan/ atau JKP yang melalui penyedia platform marketplace.

## 2. Metode

Dalam penelitian ini, peneliti hendak menganalisis seberapa efektifkah surat edaran pemerintah yakni SE/62/PJ/2013 yang berisi penerpaan pajak atas transaksi e-Commerce. Sehingga obyek penelitian ini difokuskan pada seberapa pemahaman pelaku usaha online shop mengenai pemberlakuan SE/62/PJ/2013 yang berisi penerpaan pajak atas transaksi e-Commerce terhadap bisnis online shop yang mereka dirikan.

Pada penelitian ini, Tulungagung merupakan lokasi penelitian, dan merupakan salah satu kota di wilayah Jawa Timur yang masyarakatnya gemar melakukan transaksi jual beli secara online. Penelitian ini berfokus pada pengenaan pajak untuk transaksi e-commerce, yang dimana akan menganalisa mengenai perkembangan kebijakan pemerintah tentang pajak e-commerce yang berkontribusi untuk pemasukan pajak Negara.

Penulisan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena permasalahan yang akan dibahas harus dengan melakukan studi mendalam terhadap suatu fenomena dengan mendeskripsikan secara terperinci dan jelas serta memperoleh data yang mendalam dari fokus yang

telat diteliti (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, pengambilan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan informan yang telah ditentukan (Wirartha, 2006). Penelitian kualitatif ini akan menghasilkan suatu penelitian yang bersifat naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting), data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Purwanto, 2018).

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Pelaku bisnis online di Tulungagung berasal dari berbagai kalangan masyarakat yang umumnya mereka merupakan pebisnis muda yang melihat peluang bisnis melalui media online. Meskipun banyak bermunculan para pebisnis online di Tulungagung, namun mayoritas pebisnis online tersebut belum mengenal bahkan belum mengetahui bahwa terdapat kebijakan baru yaitu kewajiban membayar pajak atas transaksi jual beli online. Pelaku e-commerce di Tulungagung sangat awam serta tidak mengenal perpajakan. Dan sebagian besar pelaku bisnis online shop tersebut belum mendaftarkan usaha online shop yang mereka miliki secara resmi. Padahal Direktorat Jendral Pajak telah menegaskan pemungutan pajak atas transaksi e-commerce dengan menerbitkan Surat Edaran yakni SE-62/PJ/2013 dan SE-06/PJ/2015.

#### **Pengetahuan Pemilik Online Shop Mengenai Pajak**

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam online shope di Tulungagung, hasil penelitian mengenai pemahaman pajak secara umum dari beberapa narasumber menunjukkan hasil yang signifikan. Karena semua pemilik bisnis online shop yang diteliti, memahami serta mengerti pengertian pajak secara umum dengan dengan jelas. Hasil penelitian ini menunjukkan jika pemilik online shop sudah memahami mengenai pajak dan manfaat pajak.

#### **Pemberlakuan Pajak Terhadap Transaksi E-Commerce**

Hasil wawancara dengan enam pemilik online shop, tiga pemilik online shop mengaku mengetahui tentang adanya pemberlakuan pajak terhadap transaksi e-commerce. Akan tetapi pemilik bisnis online shop masih kurang memahami secara mendetail. Sedangkan lainnya mengaku jika belum mengetahui adanya pemberlakuan pajak terhadap transaksi e-commerce. Hasil penelitian mengenai pemberlakuan pajak terhadap transaksi e-commerce menunjukkan bahwa sebagian besar online shop yang ada di Tulungagung

masih kurang mengetahui tentang adanya pajak terhadap transaksi e-commerce.

### **Sosialisasi Tentang E-Commerce dari Aparatur Pajak**

Hasil penelitian menunjukkan jika hampir semua pemilik online shop tidak mendapatkan sosialisasi dari aparaturnya mengenai e-commerce. Namun, sebagian pemilik online shop mengetahui tentang e-commerce. Aparatur pajak, dalam hal ini adalah KPP Pratama Tulungagung, kurang memberikan sosialisasi kepada masyarakat terkait pembelanjaan pajak terhadap e-commerce.

Pemerintah sebaiknya melakukan Sosialisasi dan peraturan yang jelas atas pemberlakuan pajak e-commerce (Sari, 2018). Jika pun ada pemungutan pajak baik itu e-commerce atau pajak apapun hendaknya di gunakan secara transparan untuk memakmurkan masyarakat. Masyarakat bisa benar-benar merasakan dampak yang baik itu dalam fasilitas atau apapun. Dengan demikian masyarakat tidak akan merasa terbebani jika harus membayar pajak.

Dengan bertambah banyaknya pelaku bisnis online yang bermunculan, KPP Pratama Tulungagung bisa mendapatkan pemasukan dari sektor e-commerce. Namun kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pajak transaksi e-commerce, dan kurangnya pengawasan serta sosialisasi dari pemerintah KPP Pratama Tulungagung mengenai penerapan pajak transaksi e-commerce membuat Dinas Pajak harus melakukan tindakan yang efektif sehingga pemerintah dan pelaku bisnis ini mendapatkan keuntungan bagi kedua belah pihak tanpa ada yang merasa dirugikan.

Sesuai dengan teori Soemitro (1992) yang menyatakan bahwa pajak merupakan iuran masyarakat kepada Negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum yang gunanya untuk membiayai pengeluaran umum berhubung dengan tugas Negara dalam menyelenggarakan tugas pemerintahan.

### **4. Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang telah dipaparkan oleh peneliti mengenai bagaimana penerapan kebijakan pajak e-commerce pada

perkembangan online shop di Tulungagung. Pada umumnya mereka adalah pebisnis muda yang mulai melirik potensi pesatnya berbisnis melalui media sosial. Peneliti menyimpulkan bahwa secara umum para pemilik bisnis online shop mengetahui apa itu pajak e-commerce, akan tetapi berkenaan langsung dengan pajak e-commerce pemilik bisnis online shop kurang memahami secara detail. Namun masih banyak juga pelaku bisnis online shop yang sama sekali belum mengetahui mengenai penerapan kebijakan pajak e-commerce meskipun banyak dari pemilik bisnis online shop yang telah menjalankan usaha online shopnya lebih dari 2 (dua) tahun.

Maka dari itu rumusan masalah hingga pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut bahwa 50% para pelaku online shop sudah mengetahui mengenai adanya peraturan tentang pajak e-commerce, namun sampai saat ini beberapa masih belum melakukan pembayaran pajak e-commerce tersebut dikarenakan kurangnya sosialisasi secara langsung dan sistematis dari pihak Perpajakan kepada pelaku bisnis online shop mengenai peraturan-peraturan yang wajib untuk dipenuhi para pelaku bisnis. Beberapa online shop tidak bermasalah jika pemerintah menetapkan kebijakan mengenai pajak e-commerce, apabila kebijakan tersebut dianggap menguntungkan kedua belah pihaan tanpa ada salah satu pihak yang merasa dirugikan. Meskipun ada beberapa online shop yang tidak setuju dengan kebijakan tersebut karena merasa penghasilan mereka akan berkurang karna adanya pajak tersebut.

Kedepannya, petugas pajak agar lebih efektif dalam memberikan sosialisasi yang merata dan benar kepada pelaku bisnis online shop agar semua dapat berjalan dengan semestinya tanpa adanya kendala buruk di kemudian hari. Karena masih banyak pemilik bisnis online shop yang mengeluhkan tentang kurangnya sosialisasi yang mengakibatkan kurangnya pemahaman para pemilik bisnis online shop mengenai pajak e-commerce. Selain itu, pemilik online shop lebih memperhatikan dan mencari tahu mengenai ketentuan-ketentuan untuk memiliki bisnis online shop agar terhindar dari permasalahan khususnya mengenai pajak e-commerce sehingga terhindar dari tagihan pajak itu sendiri dikemudian hari.

## 5. Referensi

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.

- Lestari, A. M., & Damayanti, T. W. (2019). Pemahaman Pelaku Bisnis Online Atas Aturan Perpajakan: Sebuah Preliminary Study. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 4(1), 29. <https://doi.org/10.32897/jsikap.v4i1.160>
- Mardiasmo. (2019). *Perpajakan*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Mulijadi, N. (2014). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan Para Pemilik E-Commerce di Kota Bandung Mengenai Peraturan Pajak Atas Transaksi E-Commerce Terhadap Tingkat Kepatuhan Pembayaran Pajak Atas Transaksi ECommerce*. Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim., 227.
- Pratiwi, I. W. (2020). Analisis tentang pemahaman pajak ecommerce pada pemilik bisnis online shop di surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1-9.
- Purwanto. (2018). *Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah (1st ed.)*. Magelang: Staial Press.
- Rakhmawati, H., & Hariyanti, T. P. (2022). TAM dan UTAUT dalam penerapan e-filing untuk mengukur kepatuhan wajib pajak di masa pandemi covid-19. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(9), 4040-4044.
- Resmi. (2016). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosalinawati, E., & Syaiful, S. (2018). Analisis Pajak Penghasilan atas Transaksi E-Commerce di Kabupaten Gresik. *JlATAX (Journal of Islamic Accounting and Tax)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30587/jiatax.v1i1.443>
- Sari, A. Y. (2018). *Analisis terhadap Penerapan Pajak atas Transaksi ecommerce*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- Soemitro, R. (1992). *Dasar-Dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan*. Bandung: Eresco.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013. (2019). Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Pajak.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-undang (UU) tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan



Wirartha, I. M. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wong, J. (2010). *Internet Marketing For Beginners*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.