

KEBIJAKAN PENGENAAN PAJAK ATAS TRANSAKSI PERDAGANGAN ONLINE (E-COMMERCE)

Diah Vitaloka Adam

Mahasiswa Studi Akuntansi STEMBI BANDUNG BUSINESS SCHOOL
Email: diahitalokaadam@stemb.ac.id

Intan Puspita Astin

Mahasiswa Studi Akuntansi STEMBI BANDUNG BUSINESS SCHOOL
Email: Intanpuspitaastin27@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah mengungkap bagaimana penerapan kebijakan pajak atas transaksi *e-commerce*. Desain/Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan mengkaji bagaimana kebijakan pemenuhan kewajiban perpajakan atas transaksi *e-commerce*.

Temuan Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa kondisi yang menyebabkan transaksi *e-commerce* sulit dikenakan pajak tetapi secara aturan tidak ada perbedaan kebijakan pengenaan pajak antara transaksi *e-commerce* dan transaksi perdagangan atau jasa lainnya.

Implikasi Seiring dengan kemajuan teknologi dan semakin berkembangnya penggunaan internet di Indonesia, jumlah transaksi *online* atau yang dikenal dengan *e-commerce* pun semakin meningkat. Hal ini menjadi potensi penerimaan pajak yang besar bagi negara. Karakteristik transaksi *e-commerce* yang unik menimbulkan tantangan tersendiri bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam menentukan kebijakannya.

Originalitas Penelitian ini khusus dilakukan kepada pedagang dengan transaksi Online (*E-commerce*)

Tipe penelitian ini adalah studi literatur dengan mencari referensi teori yang relevan dengan permasalahan perpajakan transaksi *e-commerce*

Kata Kunci : Pemenuhan kewajiban perpajakan; transaksi *e-commerce*

I. Pendahuluan

Menurut World Population Prospect, Indonesia memiliki market share ekonomi digital terbesar di ASEAN, dengan kontribusi saat ini 40,4% dan diperkirakan mencapai 41% pada tahun 2025 dengan nilai US\$ 81 miliar. Riset lain dari Brand dan Marketing Institute (BMI) menyatakan bahwa nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2016 mencapai US\$ 4,89 M atau 68 triliun, meningkat signifikan dari tahun 2015 yang hanya Rp 50 triliun, dan diperkirakan mampu mencapai US\$ 130 miliar di 2020. Investasi *e-commerce* di Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 9 miliar atau Rp 120,3 triliun. (cnbcindonesia.com)

Niat Pemerintah menarik pajak dari semua transaksi *E-commerce* semakin kuat. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani dan Direktur Jenderal Pajak Ken Dwiugiasetiadi dalam Sukmana (2017) rencananya dalam waktu dekat, pemerintah akan menerbitkan aturan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan, yang sejak tahun 2013, sebenarnya sudah ada aturan mengenai penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi *e-commerce*, tetapi dalam bentuk Surat Edaran dari Direktorat Jenderal Pajak. Aturan itu akan mengatur berbagai aspek. Salah satu yang paling penting yaitu terkait tata cara pembayaran pajak *e-commerce*. Hal yang sama juga dikemukakan Direktur Eksekutif Center for Indonesia Taxation Analysis (CITA) Yustinus Prastowo dan Danny Darussalam Tax Center (DDTC), Bawono Kristiajdi dalam Sukmana (2017) sependapat untuk rencana penarikan pajak *e-commerce*. Menurutnya pemungutan pajak *e-commerce* bisa mendorong penerimaan negara. Namun agar efektif maka harus ada *National Payment Gateway*, sehingga memudahkan penarikan PPN disetiap transaksi digital. Serta rencana pemerintah menarik pajak dari *e-commerce* juga harus segera terealisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2013) menjelaskan bahwa meningkatnya transaksi *e-commerce* di Indonesia tidak sebanding dengan realisasi penerimaan pajak di Indonesia, terbukti pada tahun 2012 penerimaan pajak masih dibawah target penerimaan yang telah dianggarkan. Irmawati (2011) juga menjelaskan bahwa permasalahan yang muncul saat terjadi transaksi *e-commerce* adalah pembuat laporan pajak tersedia di internet namun belum tentu dapat melaksanakan dengan baik atas pelaporan pajaknya.

Penarikan pajak atas transaksi *e-commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua Wajib Pajak, baik konvensional maupun *e-commerce*. Kepala Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan Suahasil Nazara memastikan pengenaan pajak terhadap transaksi elektronik (*e-commerce*) akan berkaitan dengan tata cara, bukan pengenaan pajak jenis baru (pajak.go.id).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan menyampaikan bahwa pasar *e-commerce* berkembang pesat di Indonesia namun baru segelintir pelaku *e-commerce* yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Menurut data yang diperoleh DJP ada 1.600 sampling (pelaku *e-commerce*) yang dicoba, dari jumlah itu ada 600 yang belum teridentifikasi dan 1.000 sudah teridentifikasi. Dari 1.000 pelaku usaha baru 620 yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dari yang sudah memiliki NPWP itu sebagian besar sudah melapor tapi tidak diketahui dilaporkannya itu sudah sesuai fakta yang terjadi saat bertransaksi.

Sebagaimana ditegaskan oleh otoritas perpajakan bahwa perlakuan pajak transaksi *e-commerce* sama dengan transaksi konvensional pada umumnya (Surat Edaran DJP No.SE-62/PJ/2013), namun dalam beberapa kondisi transaksi *e-commerce* mampu menembus batas geografis antar negara, memperjualbelikan barang atau jasa yang berformat digital yang mudah diakses, terjadi dengan cepat dan di seluruh dunia. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Kebijakan Perpajakan Pemerintah atas Transaksi *E-commerce*.

Transaksi *e-commerce* merupakan tema yang menarik untuk dibahas karena bentuk kegiatannya. Perubahan transaksi dari offline menjadi *online* akan sulit dilacak, apabila DJP hanya mengandalkan pada perdagangan secara fisik atau konvensional. Oleh sebab itu Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui Kebijakan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*.

II. Kajian Teori Model Bisnis Internet

Konsep model bisnis internet menurut Laudon dan Laudon (2012) merupakan hasil yang mendasar dari perubahan-perubahan dalam ekonomi informasi hampir merupakan revolusi dalam dunia perdagangan, dengan banyaknya model bisnis baru yang bermunculan dan banyaknya model bisnis lama tidak lagi dapat dipertahankan. Model bisnis untuk menentukan lokasi, waktu, dan pendapatan didasarkan sebagian pada biaya dan distribusi informasi.

Pasar digital sangat fleksibel dan efisien karena beroperasi dengan biaya pencarian dan transaksi yang sangat kecil, biaya menu (*menu cost*, biaya penjual akibat perubahan harga) yang lebih rendah, diskriminasi harga, dan kemampuan untuk mengubah harga dengan dinamis yang disesuaikan dengan kondisi pasar. Dalam penentuan harga dinamis (*dynamic pricing*), harga dari sebuah barang bergantung pada karakteristik permintaan dari konsumen atau situasi pasokan dari penjual. Pasar digital dapat mengurangi atau menambah biaya penggantian, bergantung pada sifat produk atau layanan yang dijual, dan dapat menyebabkan penundaan kepuasan. Tidak seperti dipasar fisik, anda tidak dapat dengan segera mengonsumsi barang, seperti membeli baju melalui web (Laudon dan Laudon, 2012).

E-commerce

E-commerce adalah aktivitas belanja *online* dengan menggunakan jaringan internet serta cara transaksinya melalui transfer uang secara digital. Katalo dan Whinston (1997) dalam M.Suyanto (2003). Keduanya meninjau pengertian *e-commerce* dari empat perspektif, yaitu :

- I. **Perspektif Komunikasi**; Pengertian *e-commerce* adalah sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.
- J. **Perspektif Proses Bisnis**; Definisi *e-commerce* adalah aplikasi dari sebuah teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.

K. **Perspektif Layanan;** *e-commerce* adalah alat yang dapat memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

L. **Perspektif Online;** *e-commerce* menyediakan kemudahan untuk menjual dan membeli produk serta informasi melalui layanan internet maupun secara online yang lainnya.

Terdapat lima klasifikasi *e-commerce* menurut *India Chartered Accounting* (2012) yaitu:

- II. **Business to Customers** atau B2C
- JJ. **Business to Business** atau B2B
- KK. **Government to Customers** atau G2C
- LL. **Government to Business** atau G2B
- MM. **Customers to Customers** atau C2C

Dalam hal ini yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah *Business to Business* (B2B) dan *Business to Customers* (B2C). Menurut peraturan SE-62/PJ/2013 di Indonesia bentuk *e-commerce* terbagi menjadi empat bagian yaitu antara lain:

1. **Classified Ads** adalah situs iklan baris, dimana situs yang bersangkutan tidak memfasilitasi kegiatan transaksi *online*. Berikut contoh bentuk *Classified Ads*



Gambar 2. Classified Ads
Sumber : Asosiasi E-Commerce Indonesia

2. **Market Place** adalah model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online untuk para pedagang *online*. Berikut contoh dalam *Market Place*



Gambar 3. Market Place
Sumber: Asosiasi E-Commerce Indonesia

3. **Retail Online** adalah toko *online* dengan alamat website (domain) sendiri dimana penjual memiliki stok produk/jasa dan menjualnya secara *online* kepada pembeli. Berikut contoh bentuk *Retail Online* :



Gambar 4. Retail Online
 Sumber:Asosiasi E-Commerce Indonesia

4. **Daily Deals** adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang/ jasa kepada pembeli dengan menggunakan *voucher* sebagai cara pembayaran. Berikut adalah contoh dari produk *e-commerce Daily Deals* :



Gambar 4. Daily Deals
 Sumber: Asosiasi E-Commerce Indonesia

Pajak Pertambahan Nilai

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan terhadap pertambahan nilai (*value added*) yang timbul akibat dipakainya faktor-faktor produksi di setiap jalur perusahaan dalam menyiapkan, menghasilkan, menyalurkan dan memperdagangkan barang atau pemberian pelayanan jasa kepada konsumen. PPN termasuk jenis pajak tidak langsung, maksudnya pajak tersebut di setor oleh pihak lain (pedagang) yang bukan penanggung pajak (konsumen akhir) tidak menyetorkan langsung pajak yang di tanggung.

Mekanisme pemungutan, penyetoran, dan pelaporan PPN ada pada pihak pedagang atau produsen sehingga muncul istilah Pengusaha Kena Pajak (PKP). Dalam perhitungan PPN yang harus di setor oleh PKP, dikenal dengan istilah pajak keluaran dan pajak masukan. Pajak keluaran adalah PPN yang di pungut ketika PKP menjual produknya, sedangkan pajak masukan adalah PPN yang di bayar ketika PKP membeli, memperoleh, atau membuat produknya. Indonesia menganut sistem tarif tunggal untuk PPN yaitu sebesar 10%.

Pajak Penghasilan

Menurut peraturan pajak dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan Nomor 7 tahun 1983 tentang PPh yang telah dirubah menjadi UU Nomor 36 tahun 2008, berdasarkan keberadaan Subjek Pajak tersebut di Indonesia bukan berdasarkan dari kewarganegaraan dari Subjek Pajak tersebut. Orang Pribadi yang berada di Indonesia lebih dari 183 hari di Indonesia masuk kategori Subjek Pajak Dalam Negeri. Hal ini diatur dalam Pasal 2 ayat1(a.1) UU PPh mendefinisikan yang menjadi Subjek Pajak Orang Pribadi dan menjadi lebih detail diatur dalam Pasal 3(1),(3),12(2),18 Peraturan Direktorat Jenderal Pajak No PER – 43/PJ/2011. Untuk Wajib Pajak Badan (sekumpulan orang atau sekumpulan modal) menjadi Subjek Pajak Dalam Negeri jika badan tersebut didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia. Jenis Subjek Pajak ada juga yang disebut Bentuk Usaha Tetap (BUT).

Pasal 2 ayat (5) Undang-Undang PPh, dijelaskan mengenai pengertian Bentuk Usaha Tetap (BUT) mencakup 3 hal, yaitu: keberadaan fisik tempat usaha baik berupa tanah, gedung, peralatan dan mesin, adanya aktivitas atau kegiatan usaha yang dilakukan di Indonesia, adanya agen yang kedudukannya tidak bebas yang bertindak untuk dan atas nama orang pribadi atau badan yang tidak bertempat tinggal atau tidak bertempat kedudukan di Indonesia.

BUT perlakuan perpajakannya dipersamakan dengan WP Badan. Dari ketiga jenis Subjek Pajak tersebut keberadaan menjadi faktor terpenting dalam menentukan jenis Subjek Pajak yang akan berakibat dengan jenis hak dan kewajibannya. Aspek PPh yang muncul dari transaksi *E-commerce* adalah penghasilan antara lain ;

- I. Penjualan barang atau jasa
- II. Penjualan/Penyewaan : *Host/server*, Nama domain, Jasa pembuatan *website/laman/lapak online* dan Jasa pemeliharaan *website/laman/lapak online*.
- III. Royalti
- IV. Deviden
- V. Bunga , dll.

Prinsip Perpajakan *E-commerce*

Lima prinsip perpajakan *e-commerce* yang menjadi penilaian untuk regulasi transaksi *e-commerce* menurut Sakti (2007) yang dikutip dari OECD (2000) dalam laporan yang dibuat oleh *Committee of Fiscal Affairs* meliputi: 1) Kenetralan, ketentuan pajak harus bersifat netral untuk seluruh bentuk perdagangan, baik elektronik maupun tradisional; 2) Efisiensi, adanya biaya seperti biaya kepatuhan untuk wajib pajak dan biaya administrasi untuk Direktorat Jenderal Pajak harus benar-benar diminimalkan; 3) Kepastian dan Kesederhanaan, peraturan perpajakan harus jelas dan mudah di mengerti sehingga wajib pajak mengetahui pengenaan pajak ketika transaksi di lakukan; 4) Efektifitas dan Keadilan, perhitungan pajak harus benar-benar tepat pada saat yang tepat; 5) Fleksibel, sistem perpajakan harus fleksibel dan dinamis untuk memastikan bahwa sistem dapat mengikuti perkembangan teknologi dan perdagangan. Syarat yang ditetapkan oleh Negara-negara OECD sepakat bahwa pemungutan pajak penghasilan atas transaksi *e-commerce* yang memiliki Bentuk Usaha Tetap menggunakan asas sumber, apabila tidak memiliki BUT maka menggunakan asas domisili (Stephen dan Fletcher, 2003).

III. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data menggunakan studi literatur dan jenis data yang digunakan adalah data sekunder berupa peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia, dokumen yang mendukung dan hasil penelitian terdahulu dengan menganalisis beberapa jurnal dengan tema perpajakan dalam *e-commerce*. Data literatur tersebut dikumpulkan kemudian dianalisis dengan memahami bagaimana interpretasi penulis dalam memberikan umpan balik terhadap permasalahan perpajakan *e-commerce* dan memberikan solusi pemecahan dari beberapa kutipan yang telah disimpulkan

IV. Hasil Dan Pembahasan



Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJIL) merilis hasil survei internet di Indonesia sepanjang tahun 2017. Dari data yang didapatkan Jumlah Pengguna Internet saat ini sekitar 54,68% atau meningkat angka 143,26 juta pengguna melalui berbagai perangkat (<http://www.jawapos.com/>). Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia sebagian besar merupakan pengguna internet. Dengan banyaknya pengguna Internet di Indonesia, dan semakin baiknya kualitas jaringan internet, serta semakin luasnya cakupan layanan dari para operator penyedia jaringan di Indonesia, menjadikan alasan potensi transaksi *e-commerce* meningkat..

Secara prinsip tidak ada perbedaan atau peraturan perpajakan baru terhadap transaksi *e-commerce* dan bisnis konvensional. Pada dasarnya usaha melalui *e-commerce* adalah sama dengan perdagangan biasa. Perbedaannya hanya terletak pada penggunaan sarana komunikasi, dimana transaksi *e-commerce* menjadikan internet sebagai media komunikasi elektronik dan infrastruktur utamanya. Oleh karena itu, segala hak dan kewajiban perpajakan yang ada pada pelaku usaha konvensional juga sama untuk para pelaku *e-commerce*, diantaranya:

1. Wajib Daftar

Bagi pengusaha maupun pelaku bisnis di bidang *e-commerce* yang telah memenuhi persyaratan sebagai Wajib Pajak (WP), wajib mendaftarkan diri ke kantor pelayanan pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukannya untuk memperoleh NPWP. Sesuai dengan Peraturan Perlakuan Perpajakan untuk *E-commerce* yang dituangkan dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018. Salah satu yang diatur dalam PMK ini adalah kewajiban pedagang dan penyedia jasa yang berjualan melalui Platform Marketplace untuk memiliki Nomor Induk Wajib Pajak (NPWP).

Sampai saat ini banyak pengusaha *e-commerce* yang sudah memenuhi persyaratan sebagai Wajib Pajak, tetapi belum mendaftarkan diri. Menurut data yang diperoleh DJP ada 1.600 sampling (pelaku *e-commerce*) yang dicoba, dari jumlah itu ada 600 yang belum teridentifikasi dan 1.000 sudah teridentifikasi. Dari 1.000 pelaku usaha baru 620 yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dari yang sudah memiliki NPWP itu sebagian besar sudah melapor tapi tidak diketahui dilaporkannya itu sudah sesuai fakta yang terjadi saat bertransaksi. Data tersebut membuktikan masih banyak wajib pajak pelaku *e-commerce* yang tidak patuh. Setelah terdaftar sebagai Wajib Pajak, pengusaha *e-commerce* diwajibkan untuk mencatat kegiatan operasionalnya dalam bentuk pencatatan atau pembukuan sehingga dapat diketahui besarnya peredaran usaha (omzet) dan keuntungan bersihnya sebagai dasar perhitungan PPh terutang dalam satu tahun pajak. Pelaku usaha atau orang pribadi, berhak atas pengurangan berupa Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) dalam perhitungan penghasilan kena pajaknya.

2. Pemotongan/ Pemungutan PPh

Dalam transaksi *e-commerce* pemotong pajak dilakukan terhadap pembayaran imbalan jasa penyediaan tempat dan waktu dalam media elektronik untuk penyampaian informasi, imbalan jasa perantara pembayaran atau fee transaksi, dan imbalan jasa lain apabila melibatkan pihak lain. Pajak yang terkait dalam hal ini adalah PPh Pasal 21, 23, 26, dan/ PPh Pasal 4(2). Selain itu pembeli juga harus memungut PPh Pasal 22 atas pembelian tertentu yang dilakukan dari merchant atau penyelenggara online retail.

Penentuan besarnya PPh terutang dalam satu tahun pajak dilakukan dengan cara mengalikan tarif PPh Pasal 17 Undang-Undang Pajak Penghasilan terhadap penghasilan kena pajak. Wajib Pajak orang pribadi berlaku tarif progresif mulai 5% sampai dengan 30% sesuai dengan lapisan penghasilan kena pajaknya. Bagi Wajib Pajak Badan beralaku tarif tunggal sebesar 25% dari laba bersih usaha atau penghasilan kena pajaknya. Wajib Pajak badan berbentuk perseroan terbuka yang memenuhi persyaratan dapat memperoleh fasilitas penurunan tarif sebesar 5% dari tarif umum. Perlakuan khusus PPh juga berlaku bagi pengusaha e-commerce baik orang pribadi atau badan yang dalam satu tahun pajak mempunyai omzet tidak melebihi jumlah Rp 4,8 miliar. Para pengusaha tersebut dikenakan PPh bersifat final dengan tarif pajak sebesar 1% yang dihitung dari omzet setiap bulan.

3. Pemungutan / Pemotongan PPN

Apabila sampai dengan suatu bulan dalam tahun buku/ kalender jumlah omzet dari penyerahan barang atau jasa kena pajak melebihi Rp 4,8 miliar, pelaku *e-commerce* wajib melaporkan usahanya untuk dijadikan sebagai pengusaha kena pajak. Sebagai pengusaha kena pajak, kewajiban pengusaha *e-commerce* adalah memungut PPN atas setiap transaksi penyerahan barang atau jasa kena pajak dengan cara menerbitkan faktur pajak (e-faktur). Tarif pajak e-commerce untuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10%.

Jenis transaksi *e-commerce* yang dilakukan melalui website dan dapat dikenakan Pajak Pertambahan Nilai, di antaranya adalah (1) Proses *order* elektronik atas barang tidak berwujud; (2) Pemesanan elektronik dan *download* atas produk digital; (3) Pemesanan elektronik dan *download* atas produk digital untuk tujuan eksploitasi komersial atas hak cipta; (4) Kegiatan *update* dan penambahan kelengkapan atas suatu *software*; (5) Pemberian izin secara cuma-cuma untuk memanfaatkan suatu *software* dalam jangka waktu tertentu; (6) Transaksi dimana pembeli mendapatkan hak hanya sekali untuk memakai *software* atau produk digital lain; (7) Hak untuk menempatkan *software* dan bantuan teknik; (8) Penjanjian dengan provider pemilik hak cipta untuk mengakses suatu *software*; (9) Transaksi ASP; (10) Biaya lisensi atas ASP; (11) Pemberian tempat pada server untuk ditempati *website*; (12) Pemeliharaan *software*; (13) Jasa pemanfaatan space untuk menyimpan database; (14) Bantuan teknik yang dilakukan secara *online*; (15) Penyerahan informasi kepada pelanggan; (16) Penyerahan produk dalam bentuk informasi beserta tambahan analisis data pelanggan; (17) Transaksi pembayaran atas *fee* iklan yang muncul; (18) Konsultasi jasa profesional; (19) Informasi teknis yang rahasia; (20) Informasi yang dikirim ke pelanggan; (21) Akses terhadap *website* tertentu; (22) Penempatan katalog oleh *merchant* secara *online*; (23) *Online* auction; (24) Sales referral program; (25) Transaksi pembelian konten; (26) *Streaming* berbasis penyiaran; (27) Pembayaran yang dilakukan *Content Provider* kepada operator *website* agar *content* nya di *display* pada *website*; dan (28) Langganan situs web yang memungkinkan *download* produk digital.

IV. Penutup

E-commerce termasuk dalam transaksi perdagangan barang atau jasa lainnya, tetapi hanya berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan saja. Sehingga, perlakuan pajak *e-commerce* sama dengan perlakuan pajak perdagangan lainnya, termasuk tidak ada aturan khusus perpajakan yang mengatur transaksi *e-commerce* ini. Terdapat kondisi dimana transaksi *e-commerce* akan sulit dikenakan pajaknya. Kondisi pertama adalah tingkat anonimitas tinggi. Kedua, mudahnya untuk terjun dalam bisnis *e-commerce*. Ketiga, transaksi tanpa batas wilayah. Keempat, transaksi data elektronik tidak dapat begitu saja dipercaya.

SARAN

Pemerintah sebaiknya aturan khusus yang mampu mengakomodir kondisi khusus transaksi *e-commerce*. Selain itu diharapkan pemerintah dapat memberikan insentif pajak bagi pelaku usaha *e-commerce* yang baru dan mewajibkan semua pelaku bisnis *e-commerce* memiliki NPWP untuk memudahkan identifikasi serta pembinaan/konseling perpajakan.

Daftar Pustaka

India, The Institute of Chartered Accountant. 2012. *Taxation of E-commerce Transaction*.
Irmawati, D. 2011. "Pemanfaatan *e-commerce* dalam dunia bisnis". *Jurnal ilmiah Orasi Bisnis*. Vol.6.No.2.Pp 95-112.

- Laudon, Kenneth C, dan Jane,P. Laudon. 2012. *Management Information System:Managing the Digital Firm*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). 2005. *Are the Current Treaty Rules for Taxing Business Profits Appropriate for e-commerce?: Final Report*.
- Republika Indonesia. Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor : SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *e-commerce*.
- Republika Indonesia. Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 tentang Perubahan Undang-Undang No.7 tahun 1984 tentang Pajak Penghasilan (PPH).
- M.Suyanto.2003, Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia, Yogyakarta.
- Sakti, N. W. 2007. *E-commerce as the Tax Potential Revenue in Indonesia*. Niigata University Graduate School of modern society Arts and Sciences : Contemporary Social and Cultural Studies.
- Stephen H, H., D.F., dan Fletcher, P.D.2003. Electronic government at the local level: Progress to date and future issues. *Public Performance & Management Review*. Vol.26. no.4. Pp. 324-344.
- Utomo, E.M.2013. "Transaksi *E-commerce* Sebagai Potensi Penerimaan Pajak di Indonesia". *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*. Vol.2. No. 1. Pp.152-173.
- cnbcindonesia.com diakses (28 November 2018).
- Jawapos diakses (28 November 2018).
- Pajak.go.id diakses (14 Jan 2019)