

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transaksi perdagangan adalah kegiatan jual beli barang dan/atau jasa yang dilakukan secara terus-menerus dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi.¹ Sebelum ditemukannya uang, tukar menukar atau barter yaitu kegiatan menukar sebuah barang untuk mendapatkan sebuah barang lainnya atau ingin memiliki suatu barang yang tidak dapat dibuatnya sendiri.² Dalam perdagangan ada orang yang membuat suatu barang yang disebut produsen dan melakukan kegiatan yang bernama produksi. Jadi, produksi adalah kegiatan membuat suatu barang. Selain produksi ada juga yang disebut distribusi. Distribusi adalah kegiatan mengantar barang dari produsen ke konsumen. Konsumen adalah orang yang membeli/menggunakan barang sehingga kegiatan konsumen adalah kegiatan menggunakan barang hasil produksi dari produsen.

Pada masa modern ini transaksi perdagangan dilakukan dengan cara menukarkan uang dengan barang sehingga setiap barang dinilai dengan sejumlah uang di mana pembeli akan menukarkan barang atau jasa dengan sejumlah uang yang diinginkan oleh penjual. Dahulunya kegiatan ini biasa dilakukan dengan cara bertatap

¹ Pasal 1 butir 1, Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPM/Kep/1998 tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan.

² Farida Hasyim, *Hukum Dagang*, 2014, Jakarta, Sinar Grafika, hal.1

secara langsung antara penjual dengan pembeli barang atau jasa, namun seiring dengan perkembangan zaman dan dampak dari globalisasi kegiatan ini bisa dilakukan tanpa pertemuan secara langsung antara pembeli dan penjual.

Transaksi perdagangan ini dinamakan dengan *E-commerce* yang secara umum sering kali dideskripsikan sebagai suatu sarana untuk melaksanakan transaksi-transaksi yang sebelum terjadinya evolusi internet sebagai sebuah sarana bisnis baru pada tahun 1995 transaksi-transaksi tersebut biasa dilakukan dengan cara-cara dan sarana yang lebih tradisional. Awalnya, perdagangan elektronik berarti pemanfaatan transaksi komersial, seperti penggunaan EDI (*Electronic Data Interchange*) untuk mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian atau invoice secara elektronik. Kemudian berkembang menjadi suatu aktivitas yang mempunyai istilah yang lebih tepat “perdagangan web”. Berdasarkan pada deskripsi tersebut, maka yang menjadi karakteristik *e-commerce* adalah transaksi-transaksi bisnis yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik melalui jaringan-jaringan komputer.³

E-commerce merupakan kegiatan yang sedang marak dilakukan oleh masyarakat di Indonesia, di lihat dari munculnya perusahaan-perusahaan *e-commerce marketplace* seperti Tokopedia yang sebelumnya hanya perusahaan kecil sekarang sudah menjadi perusahaan yang besar. Selain *e-commerce marketplace* ada banyak pelaku-pelaku usaha yang menjual barangnya di media sosial seperti facebook dan instagram, pelaku usaha ini dinamakan sebagai pelaku usaha *e-commerce marketplace*

³ M.Arsyad Sanusi, *Hukum Teknologi dan Informasi*, 2005, Jakarta, Kemas Buku, hal. 134.

atau media sosial. Perkembangan kegiatan *e-commerce* ini membuat banyak toko-toko konvensional yang biasanya ramai pengunjung sampai gulung tikar. Banyak penyebab gulung tikarnya toko-toko fisik yang biasa ramai pengunjung, salah satu penyebabnya adalah masyarakat yang mempunyai ketergantungan terhadap teknologi, dimana masyarakat ini sudah terlalu malas untuk mengantri di toko-toko konvensional untuk membeli barang mereka dan memilih untuk memesan barang mereka secara *online* dan diantarkan oleh kurir langsung kerumah pembeli yang membeli barang itu.

Di antara banyak nya toko-toko konvensional yang tutup karena maraknya kegiatan *e-commerce* di Indonesia, banyak juga toko-toko konvensional yang memilih untuk memindahkan bisnis nya yang semula toko konvensional atau membuka toko disebuah tempat menjadi online atau dapat dibidang ikut dalam kegiatan *e-commerce* itu sendiri dan menutup semua toko fisiknya dan membuka toko mereka secara *online*. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal seperti perusahaan melihat keuntungan kegiatan *e-commerce* di mana mereka tidak perlu membayar sewa ataupun membeli sebuah gedung untuk membuka suatu usaha. Tetapi mereka bisa meminimalkan budget mereka dengan hanya membuka situs/*website* di internet di mana para pembeli dapat melihat barang dagangan yang mereka jual biasa di toko konvensional. Mereka juga dapat menghemat yang semulanya membayarkan gaji ratusan karyawan tetapi sejak menjalankan bisnis secara *online* hanya membayarkan beberapa gaji karyawan saja.

Perkembangan kegiatan *e-commerce* di Indonesia sekarang ini menimbulkan banyak perdebatan di antara pelaku usaha konvensional yang mengatakan banyaknya toko-toko *offline* yang tutup karena banyak perusahaan-perusahaan *e-commerce* yang

baru menawarkan penawaran yang mungkin sulit ditolak. Penawaran tersebut adalah pelaku usaha bisa membuka usahanya sampai dengan 24 jam dan bisa membuka toko *online* secara gratis tanpa membayar sewa.⁴ Hal-hal tersebut menjadi alasan mengapa banyaknya toko *offline* yang tutup dan berpindah ke toko *online* yang dianggap lebih menguntungkan. Dengan prospek ekonomi yang dimilikinya, transaksi *e-commerce* berpotensi menjadi salah satu sumber pemasukan negara yang cukup besar melalui pajak. Namun demikian, menurut Sutan Remy Syahdeini, kehadiran transaksi *e-commerce* menimbulkan permasalahan hukum seperti: yuridiksi, hubungan hukum para pihak, termasuk perpajakan.⁵ Hubungan antara pemungutan pajak dengan masalah yuridiksi ini adalah siapa yang berhak mengenakan pajak atas transaksi *e-commerce*, seperti yang kita ketahui transaksi *e-commerce* dapat dilakukan dimana saja dikarenakan pembeli dan penjual tidak bertemu tatap muka dan diantara keduanya bisa berada dimana saja di negara yang berbeda sehingga tunduk pada sistem hukum yang berbeda-beda.

Masih banyak nya pelaku *e-commerce* di media sosial/ *e-commerce* informal yang sekarang jumlahnya sudah sangat banyak dan mendapatkan banyak laba dari bisnis mereka tetapi sebagian besar dari mereka tidak membayarkan pajak kepada negara. Sedangkan pajak merupakan pendapatan negara yang dapat membangun

⁴ *E-Commerce Manfaat dan Keuntungannya*, <https://www.kompasiana.com/novikristiadi/5992634e93be2508e06c5402/e-commerce-manfaat-dan-keuntungannya>, diakses pada tanggal 17 november 2018.

⁵ Sutan Remy Sjahdeini, *E-commerce Tinjauan dari Prespektif Hukum*, *Jurnal Hukum Bisnis Volume 12*, Yogyakarta, Universitas Gajah Mada, 2001, hal. 17-24.

negara ini menjadi negara yang maju. Tetapi berbeda dengan pelaku e-commerce dengan basis *platform market place/e-commerce* formal seperti tokopedia, olx, lazada. Biasanya para pelaku/*seller e-commerce* bidang *marketplace* ini sudah mempunyai tata cara pembayaran Pajak melalui Surat Edaran no.62/PJ/2013 yang sudah dikeluarkan oleh Pemerintah baru-baru ini. Sedangkan ada beberapa pelaku *e-commerce* yang tidak disebutkan di dalam peraturan tersebut seperti pelaku *e-commerce* di media sosial. Pemungutan pajak sendiri didasarkan pada pendekatan *benefit approach* atau pendekatan manfaat. Pendekatan ini merupakan dasar yang membenarkan negara melakukan pemungutan pajak yang dapat dipaksakan dalam arti mempunyai wewenang dengan kekuatan memaksa, Pendekatan manfaat ini mendasarkan pada negara menciptakan manfaat yang dinikmati oleh seluruh warga negara yang berdiam dalam negara, maka negara berwenang memungut pajak dari rakyat dengan cara yang dapat dipaksakan.⁶

Menurut segi kebijakan fiskus, instrumen pajak difungsikan sebagai sumber pendapatan negara(budgeter) telah menunjukkan peran penting dalam pembangunan nasional, dari tahun ke tahun pendapatan negara dari sektor perpajakan mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Tercatat pada tahun 2003 presentase pendapatan perpajakan terhadap total pendapatan negara sebesar 59 persen, dimana pendapatan perpajakan sebesar Rp 328 triliun dan total pendapatan negara Rp 706 triliun. Untuk

⁶ Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, *Laporan Akhir penyelasaan naskah Akademik Rancangan Undang-Undang tentang Ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan*, Jakarta, Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2015, hal. 2.

tahun 2015 presentasi tersebut mengalami peningkatan menjadi sebesar 71 persen dimana pendapatan perpajakan sebesar Rp 1.060 triliun dan total pendapatan negara Rp 1.491triliun.⁷ Hal ini patut diperhatikan karena belum diterapkannya asas keadilan hukum dimana seharusnya ada keseimbangan yang patut diperoleh pihak-pihak, baik berupa keuntungan maupun kerugian. Saat ini masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa adanya ketidakadilan di antara pelaku-pelaku *e-commerce marketplace* formal dan *e-commerce marketplace* informal, di mana setiap pelaku usaha *e-commerce* yang mempunyai sebuah bisnis harus membayarkan pajaknya kepada pemerintah, sedangkan beberapa pelaku *usaha e-commerce* di media sosial/*e-commerce* informal dapat terbebaskan dari kewajiban untuk membayarkan pajak kepada pemerintah sebab belum ada hukum yang mengatur tentang hal tersebut di Indonesia. Menurut Adam Smith dalam bukunya *The Four Maxim's* mengemukakan asas-asas yang harus diperhatikan dalam pengenaan pajak adalah sebagai berikut:⁸

1. *Asas Equality*

Dalam suatu negara tidak diperbolehkan mengadakan diskriminasi di antara wajib pajak. Pengenaan pajak terhadap subjek hendaknya dilakukan seimbang sesuai dengan kemampuannya.

⁷ Kementerian Keuangan, *Laporan Tahunan Direktorat Jendral Pajak*, Jakarta, Direktorat Jendral Pajak, Direktorat Penyuluhan, Pelayanan dan Hubungan Masyarakat, 2015, hal. 8.

⁸ Adrian Sutendi, *Hukum Pajak*, Jakarta, Sinar Grafika, 2013, hal. 29.

2. *Asas Certainty*

Pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak harus pasti untuk menjamin adanya kepastian hukum, baik mengenai subjek, objek, besarnya pajak, dan saat pembayarannya.

3. *Asas Convenience*

Pajak hendaknya dipungut pada saat paling tepat/baik bagi para wajib pajak.

4. *Asas Efficiency*

Biaya pemungutan pajak hendaknya seminimal mungkin, artinya biaya pemungutan pajak harus lebih kecil dari pemasukan pajaknya.

5. *Asas Ekonomi*

Sebagai fungsi *budgeter*, pajak juga digunakan sebagai alat untuk menentukan politik perekonomian, tidak mungkin suatu negara menghendaki mersotnya kehidupan ekonomi masyarakat, karena itu pemungutan pajak harus diusahakan supaya jangan menghambat lancarnya produksi perdagangan dan jangan menghalang-halangi rakyat dalam usahanya menuju kebahagiaan dan jangan sampai merugikan kepentingan umum.

Dari asas di atas yaitu asas *equality* yang mengatakan “Dalam suatu negara tidak diperbolehkan mengadakan diskriminasi di antara wajib pajak”, yang berarti tidak boleh adanya perbedaan-perbedaan dan setiap orang harus membayarkan pajaknya, tetapi dalam hal transaksi *e-commerce* yang membayarkan pajak hanya pelaku usaha

e-commerce marketplace saja yang diharuskan untuk membayarkan pajaknya lain halnya dengan pelaku usaha *e-commerce informal* atau media sosial yang tidak diharuskan untuk membayarkan pajaknya.

Pajak yang dibayarkan oleh pelaku *e-commerce* di media sosial seharusnya sudah dapat membuat negara mendapatkan pendapatan yang cukup besar. Mengingat pelaku-pelaku usaha di Indonesia sudah mulai beralih dari konvensional ke digital yang membuat banyak nya transaksi yang dilakukan secara *online*. Dengan 250 juta penduduk, Indonesia adalah pangsa pasar yang besar, termasuk pada kegiatan transaksi *e-commerce*. Hingga akhir 2015, Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) mencatat bahwa terdapat 93,4 juta pengguna internet di Indonesia dan 7,4 juta di antaranya adalah konsumen *online shop* dengan total nilai transaksi *e-commerce* sebesar US\$ 3,5 miliar. Kominfo memperkirakan jumlah pengguna internet meningkat menjadi 100 juta orang dan *online shopper* akan meningkat menjadi 8,4 juta orang dengan nilai transaksi hingga US\$ 4,9 miliar di sepanjang tahun 2016.⁹

Dari data-data tersebut penulis akan meneliti bagaimana Aspek Keadilan dari perspektif Pajak Penghasilan (PPh) dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia dari segi formal maupun informal. Pengertian keadilan sendiri yang terkenal di bidang politik, ilmu pengetahuan dan hukum di abad ke-21 adalah paham dari John Rawls. Ia menyatakan bahwa prinsip keadilan dapat diterapkan di anggota masyarakatnya

⁹ Daily Social Indonesia, *Mampukah UU ITE Menjawab Tantangan Perkembangan E-Commerce di Indonesia?*, <https://dailysocial.id/post/mampukah-uu-ite-menjawab-tantangan-perkembangan-e-commerce-di-indonesia>, diakses pada tanggal 7 oktober 2018.

memiliki moral dan akal budi, sehingga mampu menetapkan prinsip keadilan yang setara dan disepakati bersama.¹⁰ Keadilan yang dimaksud dalam hal ini adalah, kesetaraan diantara wajib pajak *e-commerce marketplace* dan *e-commerce* media sosial yang sama-sama memiliki peraturan untuk membayarkan pajak mereka masing-masing ke pemerintah.

Penelitian seperti ini sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh:

- a. Pranaya Jaya, tahun 2004, dari Universitas Sumatra Utara yang berjudul *Pajak Penjualan Dalam Transaksi Jual Beli Barang Melalui Internet*. Berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan, penelitian ini meneliti tentang bagaimana pengaturan perpajakan *e-commerce* di Indonesia.
- b. Adelia Arif, tahun 2013, dari Universitas Pelita Harapan yang berjudul *Aspek Keadilan dalam Pemungutan Pajak Penghasilan di Indonesia*. Berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan, penelitian ini hanya meneliti aspek keadilan dalam Pajak Penghasilan secara garis besar, sedangkan peneliti meneliti pajak penghasilan dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis tertarik untuk menulis penelitian mengenai **“ASPEK KEADILAN DARI PERSPEKTIF PAJAK PENGHASILAN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI INDONESIA”**

¹⁰ John Rawls, *A Theory Of Justice*, Massachussets, Belknap Press, 1999, hal.12

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan pemungutan Pajak Penghasilan terhadap pelaku *e-commerce* di Indonesia?
2. Bagaimana aspek keadilan dari perspektif Pajak Penghasilan terhadap pelaku *e-commerce* di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan makalah ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaturan tentang pengaturan pemungutan Pajak Penghasilan terhadap pelaku *e-commerce* di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis aspek keadilan dari prespektif Pajak Penghasilan terhadap pelaku *e-commerce* di Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan dan memberikan sumbangan pemikiran dalam mempelajari tentang aspek keadilan dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan acuan bagi praktisi yang berkaitan dengan permasalahan perpajakan *e-commerce* dalam kegiatan sehari-hari dan bagi masyarakat pada umumnya mengenai hak-hak dan kewajibannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam membaca mengenai penelitian ini, maka penulis akan memberikan penjelasan singkat mengenai tiap bab:

BAB 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang Latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2 Landasan Teori

Bab ini berisikan pengertian dan definisi yang telah dibaca oleh penulis dalam sebuah buku maupun dalam sebuah website yang valid dan beberapa artikel-artikel yang berhubungan dengan penelitian penulis.

BAB 3 Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode penelitian penulis mulai dari jenis penelitian, jenis data, teknik analisis data, pendekatan penelitian.

BAB 4 Pembahasan dan Analisis

Bab ini berisikan analisa penulis mengenai bagaimana sebenarnya Aspek Keadilan dari prespektif Pajak Penghasilan dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia,

apakah aspek keadilan sudah diterapkan atau belum, dan menganalisa peraturan mengenai perpajakan *e-commerce* di Indonesia.

BAB 5 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran penulis berdasarkan rumusan masalah yang sudah penulis buat agar pembaca penelitian ini dapat mengerti apa yang sebenarnya penulis ingin katakan dan saran-saran dari penulis mengenai permasalahan yang ada agar dapat membantu pembaca menyelesaikannya.

