

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perdagangan internasional yang terjadi di era globalisasi ini semakin meningkat dengan adanya transaksi barang ke berbagai macam negara. Hal ini membuktikan bahwa perdagangan internasional yang terjadi sekarang dan di masa yang akan datang akan menjadi faktor penting bagi pemasukan devisa negara. Situasi tersebut dapat terpenuhi jika barang di suatu negara dapat menyaingi barang dari negara lain atau barang tersebut dapat bersaing dikalangan internasional.

Perdagangan merupakan suatu aktivitas diantara dua subjek yang melakukan kesepakatan untuk menjual/membeli/menukar barang yang ia miliki dengan kesepakatan bersama tanpa adanya pemaksaan dari salah satu pihak. Bambang Utoyo selaku ahli mengatakan bahwa Perdagangan adalah suatu proses tukar menukar baik barang maupun jasa dari sebuah wilayah ke wilayah lainnya. Kegiatan perdagangan ini terjadi dikarenakan adanya perbedaan sumber daya yang dimiliki dan perbedaan kebutuhan.¹ Menurut beberapa ahli yang lainnya, perdagangan Internasional juga memiliki arti yang luas antara dua negara atau lebih dan tidak hanya ekspor dan impor saja dan masih banyak pihak ketiga yang dapat ikut serta dalam perdagangan Internasional. Belum ada yang benar dan salah dengan definisi perdagangan Internasional yang di tulis

¹ Salamadian. *PERDAGANGAN INTERNASIONAL : Pengertian, Manfaat, Teori dan Faktor Pendorong*. December 4, 2018. <https://salamadian.com/pengertian-perdagangan-internasional/> (accessed September 10, 2021).

oleh para pakar karena mereka mendeskripsikannya dengan latar belakang mereka yang berbeda-beda. Dari beberapa definisi yang ada, dapat kita simpulkan bahwa perdagangan Internasional tidak hanya menyangkut jual - beli barang dan ekspor – impor saja tetapi dikembangkan juga sangkut-paut pihak ketiga antara lain bank devisa sebagai Lembaga penjamin pembayaran, perusahaan pengangkutan, bea cukai, surveyor, asuransi, dan lain-lain.² Dengan adanya perdagangan Internasional yang melibatkan dua negara, maka hukum dan syarat yang digunakan untuk melakukan transaksi juga berbeda-beda untuk di setiap negaranya.

Dalam melakukan perdagangan skala internasional ini, kita tidak dapat menghindari banyaknya kecurangan yang akan terjadi di dalamnya. Kejahatan yang terjadi inilah yang akan membuat roda ekonomi di suatu negara terhambat, hal ini dapat terjadi karena uang negara banyak yang tidak terlihat atau tercatat dari kejahatan yang dilakukan saat impor barang. Selain itu penerimaan barang import EMS (*Expres Mail Cervis*) merupakan bahaya laten karena banyak terjadi kasus-kasus kejahatan yang mengancam ekonomi Negara sekaligus terhadap kelangsungan suatu negara.³ Maka dari itu pemerintah, masyarakat dan pebisnis harus mengerti kebijakan dan peraturan yang ada di negara tersebut agar tidak dapat di bohongi oleh pihak-pihak yang bersangkutan.

² Venantia Hadiarianti. *Langkah Awal Memahami Hukum Perdagangan Internasional Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019.

³ Octavia Sri Handayani "Efektivitas Pelaksanaan Peraturan Menteri Keuangan Nomor. 199/Pmk.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai Dan Pajak Atas Impor Barang Kiriman Dalam Meningkatkan Penerimaan Negara Di Kantor Pos Lalu Bea." *Hukum Dan Kebijakan Sosial*, 2021: 74.

Dengan adanya kemajuan teknologi di tiap tahunnya, perdagangan Internasional pun menjadi semakin canggih dan mudah untuk dilakukan oleh semua pihak. Di era globalisasi seperti sekarang banyak sekali cara yang dapat kita temui untuk menjual atau membeli barang yang kita inginkan di berbagai macam aplikasi online. Banyak aplikasi online yang memudahkan kita untuk dapat memperdagangkan jualan produk kita ke market luar negeri begitu juga dengan sebaliknya. Tentunya dengan syarat dan ketentuan yang sudah menyesuaikan hukum dari masing-masing negara. Kita dapat menggunakan beberapa *e-commerce* untuk dijadikan media penampung online yang dapat kita gunakan untuk melakukan perdagangan Internasional. Contoh dari *e-commerce* tersebut adalah Shopee, Amazon, dan Alibaba.com. Dari setiap *e-commerce* tersebut memiliki syarat yang berbeda-beda, tergantung dari pengelola *e-commerce* itu sendiri. Di *e-commerce* tersebut kita dapat dengan mudah menjual produk yang kita punya dan berbelanja keperluan kita sehari-hari, contohnya seperti pakaian, elektronik, produk kecantikan, tas, aksesoris, dan lain-lain.

Pemerintah Indonesia membebaskan kegiatan impor untuk para pedagang Internasional, karena hal ini kegiatan impor sangatlah tinggi. Dengan ditambahkan banyak MNC yang sudah bisa melakukan kegiatan impor barang dengan cara yang mudah. Didasari laju impor yang tinggi, Badan Pusat Statistik (BPS) merilis laju importer pada November 2019 mencapai USD 15,34 miliar, tercatat negara yang menyumbang impor terbesar terhadap Indonesia adalah

China, Jepang, dan Thailand.⁴ Sebelum adanya berita tersebut Direktorat Jendral Bea Cukai menemukan kasus pengiriman jasa illegal melalui media social sebanyak 422 kasus, dari kasus yang ada Indonesia rugi hingga 4 Miliar. Kebijakan pemerintah yang mengatur ketentuan tersebut ada di dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 199/PMK.010/2019 dimana peraturan tersebut membahas mengenai ketentuan kepabeanan, cukai dan pajak atas impor barang kiriman. Indonesia sendiri mempunyai beberapa MNC (*e-commerce*) yang dapat melakukan jual beli barang online melalui social media dengan cara yang mudah.

E-commerce secara umum dapat diartikan sebagai lapak jual dan beli barang/jasa melalui media internet. Menurut Laudon & Laudon (1998), *e-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis.⁵ Dan menurut mereka *e-commerce* memiliki empat perspektif, yaitu perspektif komunikasi, proses bisnis, layanan, dan online. Dengan adanya *e-commerce* membuat perdagangan dunia semakin luas, para bebisnis dapat melakukan transaksi barang/jasa melewati batas-batas negara dengan kenyamanan yang terpercaya dan biaya yang lebih efektif. Tidak hanya mempengaruhi perdagangan dunia, *e-commerce* juga mempengaruhi perekonomian dalam suatu negara. Dalam perdagangan dunia *e-commerce* sangat membantu para penjual dan pembeli untuk mendapatkan produk yang

⁴ Putri Apriliani Sinaga. "Perdagangan Internasional ." *UHN*, 2018: 2.

⁵Coki Siadari. *Pengertian E-Commerce Menurut Para Ahli*. April 23, 2015. <https://www.kumpulanpengertian.com/2015/04/pengertian-e-commerce-menurut-para-ahli.html> (accessed September 14, 2021).

mereka mau, walaupun jarak mereka jauh tetapi di era digital sekarang dapat mengubah itu semua menjadi dekat dan mudah. Dengan adanya *e-commerce* masyarakat yang ingin merintis bisnis dapat sangat mudah untuk membuat akun toko pribadi atas nama mereka atau pun akun toko rintisan mereka. Mereka tidak perlu membuat brosur atau iklan untuk produk yang akan mereka jual, karena semua akan dengan mudah diketahui oleh masyarakat dengan menggunakan “kata kunci” produk yang ingin mereka beli dan para pebisnis juga tidak harus mempunyai toko *offline* untuk dapat berjualan. Pengaruh *e-commerce* juga sangat dapat dirasakan bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, Bank Indonesia mengatakan bahwa pada tahun 2019 jumlah transaksi yang dilakukan oleh *e-commerce* mencapai 11 - 13 Triliun per bulannya . Tentu angka tersebut sangat melonjak pesat bagi Indonesia sendiri, pada tahun 2017 nilai yang dihasilkan *e-commerce* sebesar 112 Triliun sedangkan di tahun 2019 angka yang dihasilkan *e-commerce* sebesar 265,7 Triliun. Dengan angka tersebut kita bisa melihat bahwa *e-commerce* sangat berpengaruh besar terhadap perekonomian Indonesia.

Beberapa contoh *e-commerce* yang ada di Indonesia yaitu, Lazada, Tokopedia, Shope, Blibli.com, dan lain-lain. Diantara banyaknya *e-commerce* yang ada itu, tidak semua membuka peluang untuk bisa menjual dan membeli produk dari luar negeri. Salah satu *e-commerce* yang menyediakan layanan lapak untuk menjual dan membeli barang dari/ke luar negeri adalah Shopee. Shopee memberikan peluang kepada UMKM dan masyarakat Indonesia agar bisa menjual dan membeli produk yang mereka inginkan disana dengan cara

yang cukup mudah. Di dalam *e-commerce* tersebut banyak sekali berbagai macam produk yang dapat di jual dan di beli, contohnya seperti pakaian, makanan, sepatu, elektronik, peralatan rumah tangga, dan masih banyak lagi lainnya. Dengan mudahnya persyaratan yang diberikan *e-commerce* tersebut, para UMKM harus pintar dalam menjual produk mereka agar tidak kalah saing dengan produk lainnya. Tidak hanya UMKM di Indonesia saja yang menaruh produk mereka di Shopee tetapi banyak UMKM dari negara Cina juga menaruh produk mereka di Shopee dengan harga yang sangat murah.

Pada tahun 2019, CNBC mewawancarai beberapa masyarakat Indonesia yang habis berbelanja melalui *e-commerce*. Dalam wawancara tersebut ada seorang Ibu membeli baju untuk anaknya dengan harga yang sangat murah dibandingkan kalau ia beli di Indonesia. Harga barang yang ia peroleh di *e-commerce* tersebut hanya 100 ribu rupiah dan dengan jasa pengiriman hanya 10 ribu saja. Jika ia membeli barang tersebut di Indonesia harga barangnya bisa mencapai 2 – 3 kalilipat lebih mahal yaitu di harga 300- 400 ribu rupiah. Dan juga pengiriman barang tersebut sangat cepat hanya dengan waktu kurang dari sepekan. Barang tersebut ia beli di *e-commerce* Shopee dan berasal dari negara Cina. Ia pun memastikan bahwa barang tersebut datang dengan kondisi yang bagus. *E-commerce* memang tidak melarang negara mana yang akan berjualan di perusahaan mereka. Di setiap perusahaan *e-commerce* mereka mempunyai kebijakan barang tertentu yang mereka larang. Perusahaan *e-commerce* juga mempunyai cara untuk mempromosikan aplikasi mereka agar banyak penggunanya, contoh dari promosi mereka yaitu memberikan voucher gratis

ongkir atau voucher potongan harga. Dan voucher tersebut dapat digunakan untuk membeli semua produk yang ada di dalam *e-commerce* tersebut tanpa pengecualian dari negara mana asal barangnya.

Irwan selaku Kepala Seksi Tempat Penimbunan Berikat Lainnya DJBC mengatakan bahwa barang dari luar negeri di *e-commerce* murah dikarenakan tidak adanya pungutan bea masuk. Hal ini menyebabkan permintaan barang UMKM yang ada di Cina naik. Dan dari sinilah munculnya kegelisahan para UMKM yang ada di Indonesia. Bagi masyarakat Indonesia yang membeli barang dari China mungkin mereka akan senang dengan harga dan kualitas yang baik dan murah. Tetapi untuk para UMKM di Indonesia yang membuka bisnisnya di *e-commerce* ini adalah buruk. Mereka harus bersaing untuk mengalahkan produk luar negeri.

Kebijakan Peraturan Kementerian Keuangan 199/PMK.010/2019 yang di berlakukan oleh pemerintah ini membuat masyarakat gempar dan marah. Dikarenakan isi dari peraturan tersebut, yaitu barang di bawah satu juta rupiah yang masuk ke dalam *e-commerce* tidak dikenakan bea cukai. Sedangkan barang yang ada di dalam *e-commerce* itu hanya barang-barang yang sederhana yang tidak memakan biaya sebesar itu.

Melihat dari kebijakan tersebut seharusnya pemerintah bisa lebih memperhatikan para UMKM Indonesia, karena UMKM sangat berpengaruh bagi perekonomian global. Jika pemerintah tidak memberi batasan terhadap impor barang melalui *e-commerce* maka persaingan antara produk lokal dengan produk luar negeri akan semakin ketat. UMKM Indonesia juga harus

menyusun strategi, bagaimana cara mereka agar tidak kalah saing dengan produk luar. Begitu juga dengan pemerintah yang harus memikirkan kerugian yang ia dapat jika bea cukai *e-commerce* dapat digunakan dengan harga yang murah atau bahkan gratis. Agar persaingan perdagangan Internasional ini berjalan dengan baik maka pemerintah dan para pendiri *e-commerce* harus bekerjasama untuk menentukan kebijakan yang dapat membantu para UMKM Indonesia.

Dapat kita lihat dari penjabaran yang ada di atas, bahwa pemerintah Indonesia masih belum cukup baik untuk menangani masalah masuknya barang luar negeri melalui *e-commerce*. Dan para MNC yang menyediakan lapak untuk itu hanya bisa mengikuti peraturan dari pemerintah saja. Bahkan Irwan selaku Kepala Seksi Tempat Penimbunan Berikat Lainnya DJBC saja mengatakan jika produk dari *e-commerce* dapat masuk dengan mudah dan tidak dipungut biaya sepersenpun. Dengan adanya Peraturan Menteri Keuangan yang seperti itu maka pihak UMKM akan sulit untuk bersaing dengan produk impor yang berada di dalam *e-commerce*. Jika hal ini dibiarkan maka UMKM Indonesia dan juga negara akan mengalami banyak kerugian.

1.2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan diatas, dapat kita lihat bahwa Peraturan Menteri Keuangan 199/PMK.010/2019 dapat membuat para UMKM redup di dalam *e-commerce*. Begitupun dengan Indonesia, Indonesia dapat dirugikan karena banyaknya barang impor yang masuk tanpa ada bea cukai. Maka dari itu, saya sebagai penulis ingin meneliti lebih dalam dengan pertanyaan rumusan masalah saya sebagai berikut :

1. Mengapa Indonesia merubah permenkeu tahun 2019 mengenai ketentuan kepabeanan, cukai, dan pajak atas barang impor kiriman ?
2. Apa dampak dari perubahan kebijakan Peraturan Menteri Keuangan 199/PMK.010/2019 terhadap MNC dan UMKM Indonesia ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dibuat sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui alasan terjadinya perubahan permenkeu tahun 2019 mengenai ketentuan kepabeanan, cukai, dan pajak atas barang impor kiriman
2. Untuk mengetahui apa tanggapan pemerintah Indonesia dalam menyikapi peraturan tersebut.
3. Untuk mengetahui bagaimana cara pemerintah Indonesia dan MNC menyusun strategi untuk membantu UMKM Indonesia.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Berikut manfaat dari penulis :

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat sebagai syarat kelulusan Sarjana Hubungan Internasional di Universitas Pelita Harapan.
2. Bagi pembaca, penulis berharap pembaca akan lebih mendukung produk lokal dari negara sendiri.
3. Bagi pembaca, penulis berharap pembaca dapat memanfaatkan lapak yang disediakan oleh MNC untuk berbisnis dalam skala yang cukup luas.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi dengan judul “Analisis Penerbitan Permenkeu Tahun 2019 Mengenai Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak Atas Barang Impor Kiriman” ini akan dibagi menjadi kedalam lima bagian bab, dengan rincian sebagai berikut :

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab satu, penulis memamparkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dari skripsi ini.

BAB 2 Kerangka Berpikir

Pada bab dua, penulis memamparkan dan membahas mengenai tinjauan pustaka, landasan teori yang penulis pelajari dalam Hubungan Internasional, dan konsep yang relevan dengan topik pembahasan yang penulis tulis.

BAB 3 Metode Penelitian

Pada bab tiga, penulis akan membahas mengenai pendekatan ilmiah, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Penulis akan menggunakan metode kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif. Dan untuk teknik pengumpulan data, penulis menggunakan teknik secara sekunder dan menganalisis data yang ia dapat dari berbagai sumber.

BAB 4 Analisis

Pada bab empat, penulis akan menjelaskan dan menjawab secara rinci masalah-masalah yang ditulis di rumusan masalah dengan menggunakan teknik yang ada di bab sebelumnya.

BAB 5 Kesimpulan

Pada bab lima, yaitu bab terakhir dari penulisan skripsi ini. Penulis akan memaparkan secara singkat hasil dari penelitian yang ia teliti dan memberikan saran pada pembaca atau penelitian berikutnya.