

PERBANDINGAN PENGENAAN PAJAK *E-COMMERCE* B2C ANTARA INDONESIA DENGAN SINGAPURA

Hafizh Aryo Dhaneswara, S.H.

Rr. Adeline Melani, S.H., M.Hum

Program Studi Ilmu Hukum Universitas Katolik Indonesia Atmajaya

Dhaneswrr26@gmail.com, adeline.melani@atmajaya.ac.id

Abstract

The development of information and communication technology nowadays has an impact on the trade sector. According to data from Badan Pusat Statistika and Kominfo, trade carried out through electronic media makes economic growth expeditious. Trading through electronic media is commonly referred to as E-commerce. Online stores are one of the fastest growing types of e-commerce businesses in Indonesia, an example of e-commerce in Online Stores is Business to Consumer (B2C). Indonesia as one of the e-commerce user countries with the largest number of transactions in Southeast Asia, however, e-commerce taxation regulations in Indonesia are still enforced the same as ordinary conventional stores, causing problems in taxation, especially in the imposition of B2C e-commerce taxes. Tax authorities find it difficult to determine the imposition of the amount of tax owed to e-commerce taxpayers. The writing method used by this author is a normative juridical method, where the method is carried out by looking for instructions in documents or library materials, or better known as document studies.

Indonesia already has regulations for imposing taxes on e-commerce transactions, but there are no regulations for imposing taxes on certain types of e-commerce. In the implementation of the imposition of B2C e-commerce taxes in Indonesia, there are still many obstacles that are limited by inadequate regulations and systems. Reflecting on the state of Singapore, Indonesia must have special regulations and adequate systems for B2C e-commerce so that existing obstacles can be resolved properly.

Keywords:

E-commerce Tax Imposition Comparison, E-commerce B2C.

Abstrak

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi di masyarakat saat ini berdampak hingga pada sektor perdagangan. Menurut data dari (BPS) dan kominfo bahwa perdagangan yg dilakukan melalui media elektronik membuat pertumbuhan ekonomi sangat pesat. *Perdagangan melalui media elektronik biasa disebut dengan E-commerce*. Toko online merupakan salah satu jenis bisnis *e-commerce* yang paling berkembang pesat di Indonesia, contoh *e-commerce* yang ada di dalam Toko Online adalah *Business to Consumer (B2C)*. Indonesia sebagai salah satu negara pengguna *e-commerce* dengan jumlah transaksi terbesar di Asia

Tenggara, namun peraturan pengenaan pajak *e-commerce* di Indonesia masih diberlakukan sama dengan toko konvensional biasa sehingga menimbulkan masalah dalam pengenaan pajak khususnya pada pengenaan pajak *e-commerce* B2C, akibatnya pihak otoritas pajak sulit untuk menentukan pengenaan besaran pajak yang terutang pada wajib pajak *e-commerce*. Metode penulisan yang digunakan penulis ini adalah metode yuridis normatif, dimana metode dilakukan dengan cara mencari petunjuk dalam dokumen atau bahan pustaka, atau yang lebih dikenal dengan istilah studi dokumen. Indonesia sudah memiliki peraturan pengenaan pajak terhadap transaksi *e-commerce*, namun belum ada peraturan pengenaan pajak pada jenis *e-commerce* tertentu. Dalam pelaksanaan pengenaan pajak *e-commerce* B2C di Indonesia masih banyak kendala yang dibatasi oleh peraturan dan sistem yang belum memadai. Berkaca dengan negara Singapura, Indonesia harus memiliki peraturan khusus dan sistem yang memadai terhadap *e-commerce* B2C agar kendala yang ada dapat teratasi dengan baik.

Kata Kunci:

Perbandingan Pengenaan Pajak *E-commerce*, *E-commerce* B2C.

A. Pendahuluan

Perkembangan pesat pada dunia Informasi Telekomunikasi dan Informatika dewasa ini berdampak hingga ke sektor perdagangan. Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa pertumbuhan ekonomi RI kuartal I-2017 sebesar 5,01%. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal pertama tersebut apabila dilihat dari tahun ke tahun, diangkat oleh beberapa sektor, salah satu sektor yang menjadi salah satu dampak pertumbuhan ekonomi kuartal pertama adalah informasi dan komunikasi yang tumbuh sebesar 9,01%. Pertumbuhan tersebut merupakan dampak dari banyaknya pengguna internet, salah satunya yaitu transaksi yang dilakukan secara daring, sehingga sektor informasi dan komunikasi tumbuh dengan pesat.¹ Dengan berubahnya perilaku konsumen tersebut, sebagaimana data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengatakan bahwa perdagangan produk yang dilakukan melalui media elektronik per-April 2020 mengalami pelonjakan hingga 400%, hal tersebut memperkuat bukti bahwa perdagangan yang biasanya di lakukan secara konvensional dapat beralih secara daring. Perubahan ini harus diperhatikan oleh para pedagang konvensional agar dapat beradaptasi dan bertahan dengan mengembangkan bisnis yang dimilikinya kedalam pasar elektronik.²

¹Marak *e-commerce*, konsumen mulai beralih ke belanja online, dilihat di <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3493664/marak-e-commerce-konsumen-mulai-beralih-ke-belanja-online>, di akses pada 15 Februari 2021

² *E-commerce* dan Perubahan Ritel di Indonesia, di lihat di <https://powercommerce.asia/e-commerce-dan-perubahan-ritel/>, di akses pada 15 Februari 2021

Perdagangan elektronik atau yang biasa disebut sebagai *e-commerce* mengacu pada berbagai aktivitas bisnis online untuk produk dan layanan. Ini juga berkaitan dengan segala bentuk transaksi bisnis. *E-commerce* biasanya dikaitkan dengan pembelian dan penjualan melalui Internet, atau melakukan transaksi apa pun yang melibatkan pengalihan kepemilikan atau hak untuk menggunakan barang atau jasa melalui jaringan yang dimediasi oleh komputer.³ Keuntungan dari *e-commerce* apabila dibandingkan dengan perdagangan yang dilakukan secara konvensional yaitu dapat mempersingkat waktu serta mempermudah transaksi, mendapat informasi yang lebih beragam mengenai produk, mendapat kemudahan umpan balik terhadap transaksi yang dilakukan, serta meningkatkan ketersediaan dalam melayani konsumen.⁴

Apabila merujuk pada teori, *e-commerce* terdapat 7 jenis *e-commerce* yaitu , *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C) ,*Costumer to Costumer* (C2C), *Consumer to Business* (C2B), *Business to Administration* (B2A), *Consumer to Administration* (C2A) ,*Online to Offline* (O2O).⁵ Sedangkan apabila kita melihat jenis *e-commerce* yang ada di Indonesia secara umum terbagi menjadi 5 bagian, diantaranya adalah Classified, Marketplace, Shopping Mall, Toko Online dan *Social Media Shop*. Dari kelima jenis-jenis *e-commerce* yang ada di Indonesia Toko online merupakan salah satu jenis bisnis *e-commerce* yang paling berkembang pesat di Indonesia, contoh *e-commerce* yang ada di dalam Toko Online adalah *Business to Consumer* (B2C).⁶

Sebagaimana yang telah diutarakan oleh Kepala Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Penjaringan, Noor fais yang mengatakan bahwa PPh dan PPN dapat dibebankan pada transaksi *e-commerce* karena menurut peraturan pajak, segala sesuatu yang merupakan penerimaan wajib dikenakan pajak.⁷ Dengan hadirnya *e-commerce* melahirkan peraturan-peraturan yang diantaranya adalah Surat Edaran Nomor: SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-commerce*, peraturan dibuat untuk mewujudkan keadilan dan mengoptimalkan pemungutan pajak

³ Anjali Gupta, “*E-COMMERCE : ROLE OF E-COMMERCE IN TODAY'S BUSINESS*”, International Journal of Computing and Corporate Research Vol 4, 2014

⁴ Gaertner, N. dan Smith, M., 2001. *E-commerce in a Web-based Environment: Auditing Relative Advantages in The Australian Health Sector*, Managerial Auditing Journal, 16 (6): hal 347-365

⁵ Ritho Rante Renung, “*E-commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*”, Deepublish, hlm 31, 2018

⁶ Mengenal 5 bentuk bisnis *e-commerce* yang ada di Indonesia, di lihat <https://www.maxmanroe.com/mengenal-5-bentuk-bisnis-ecommerce-yang-ada-di-indonesia.html>, di akses pada 20 Februari 2021

⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Noor Fais (Kepala Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Penjaringan)

atas transaksi *e-commerce* dan segala jenis transaksi lainnya. Peraturan Menteri Keuangan nomor PMK 210 Tahun 2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang di dalamnya menjelaskan mengenai dimana wadah *e-commerce* dapat beroperasi dan kewajiban-kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan *e-commerce*, namun disayangkan dikarenakan adanya keambiguan dan hal-hal yang dinilai kurang sehingga menteri keuangan Sri Mulyani mencabut peraturan tersebut.⁸

Lalu ada Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, peraturan tersebut mengatur mengenai bagaimana perdagangan dilakukan dengan melalui media elektronik yang harus dilakukan dengan memperhatikan adanya itikad yang baik, keterpercayaan, akuntabilitas, keseimbangan, transparansi, kehati-hatian, adil dan sehat.⁹ Lalu terciptanya Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan Menjadi Undang-Undang yang fokus utamanya memenuhi asas keadilan dalam perpajakan *e-commerce* dan memperluas arti dari Bentuk Usaha Tetap (BUT) yang sebelumnya arti BUT dianggap kurang jelas di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan.¹⁰

Selain itu mengenai tata cara pembayaran pajak perdagangan yang dilakukan melalui elektronik diatur di dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 48/PMK.03/2020 Tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan, Dan Penyetoran, Serta Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud Dan/Atau Jasa Kena Pajak Dari Luar Daerah Pabean Di Dalam Daerah Pabean Melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang mulai berlaku pada 1 Juli 2020.

⁸ Noor Fais, *Loc. Cit.*

⁹ Jualan Online Berdasarkan PP No. 80/2019 Wajib Baca!, di lihat <https://www.easybiz.id/seputar-aturan-terbaru-jualan-online/>, diakses pada 17 Februari 2021

¹⁰ Konsep dan Terminologi PMSE (*E-commerce*) Dan Dasar Hukum Perpajakannya, PT HBMS Consulting, <http://www.hbmsconsulting.com/content-1167/summary/konsep-dan-terminologi-pmse-e-commerce-dan-dasar-hukum-perpajakannya.aspx>, di akses pada 18 Maret 2021

Menurut data yang ada bahwa Indonesia merupakan salah satu negara pengguna *e-commerce* dengan jumlah transaksi terbesar di Asia Tenggara yang nilainya mencapai US\$ 21 Miliar pada 2019 dan diperkirakan akan terus berkembang pesat hingga menyentuh angka US\$ 82 miliar di tahun 2025.¹¹ Dengan pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia maka pihak otoritas pajak perlu strategi yang efektif untuk menangani masalah pajak *e-commerce* serta menyesuaikan peraturan perpajakan terhadap perkembangan *e-commerce*.

Selain itu transaksi *e-commerce* di Indonesia perlu adanya optimalisasi dari segi hukum agar kegiatan transaksi yang dilakukan tidak menimbulkan perselisihan dalam berjalannya transaksi tersebut. Pajak perlu menyisipkan masalah pajak untuk transaksi melalui media *e-commerce*. Khususnya pada *e-commerce* Business to Consumer (B2C) yang paling berkembang pesat di Indonesia dan memiliki kendala dalam pengenaan pajaknya.¹² B. Bawono Kristiaji selaku *Partner Tax Research and Training Services DDTC* mengatakan bahwa dalam membagi skema penentuan yuridiksi B2C dapat menimbulkan pajak berganda.¹³

Apabila kita merujuk pada data yang di dapat melalui internet yang mengatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara pengguna *e-commerce* dengan jumlah transaksi terbesar di Asia Tenggara yang nilainya mencapai US\$ 21 Miliar pada 2019 dan diperkirakan akan terus berkembang pesat hingga menyentuh angka US\$ 82 miliar di tahun 2025, namun apabila kita melihat data pada United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) B2C *e-commerce* Index 2020 yang merupakan suatu lembaga yang bekerja untuk mengukur kesiapan ekonomi untuk mendukung kegiatan belanja online.

Dari data yang ada di UNCTAD B2C *E-commerce* index 2020 Indonesia tidak termasuk kedalam Top 10 UNCTAD B2C *E-commerce* Index 2020 yang seharusnya dengan jumlah transaksi terbesar di Asia Tenggara setidaknya Indonesia bisa masuk kedalam data tersebut. Apabila melihat posisi pertama dalam data tersebut terdapat

¹¹ Transaksi *e-commerce* di Indonesia terbesar di Asia Tenggara, di lihat di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/nilai-transaksi-digital-perdagangan-elektronik-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara>, di akses pada 17 Februari 2021

¹² Ajat Sudrajat, "Pajak *E-commerce*, Pemecahan dan Solusinya" Jurnal Pajak Vokasi Vol. 2, No. 1, September 2020

¹³ Ternyata Penerapan PPN Ekonomi Digital Masih Menyisakan Tantangan, dilihat https://news.ddtc.co.id/ternyata-penerapan-ppn-ekonomi-digital-masih-menyisakan-tantangan-25164?page_y=1001, diakses pada 22 Februari 2021

Singapura yang menduduki posisi pertama. Berkaca pada negara Singapura, regulasi pajak mengenai belanja online khususnya *e-commerce* B2C diatur didalam Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS) dan Singapore Goods and Services Tax Act (GAT), selain itu diketahui bahwa Singapura diakui secara internasional karena sistem pajaknya yang efisien dan kompetitif yang memungkinkan perusahaan dan pengusaha menikmati tarif pajak rendah dan memanfaatkan berbagai jenis keringanan pajak.¹⁴

Dengan hadirnya *e-commerce* sebagai jenis bisnis baru yang signifikan Singapura menghadirkan *Panduan untuk Transaksi E-commerce yaitu Technical Reference (TR 76) yang bertujuan untuk menghadirkan transparansi yang lebih besar ke industri e-commerce, yang akan membuat konsumen melakukan pembelian yang lebih tepat.*¹⁵ Selain itu Singapura juga sudah memiliki lembaga resmi E-NETS sebagai National Payment Gateway yang berguna untuk merekam segala jenis transaksi online.¹⁶ Serta sudah memiliki kebijakan khusus mengenai aturan *e-commerce* B2C dengan hadirnya Overseas Vendor Registration (OVR). Oleh karena hal tersebut penulis tertarik untuk membahas mengenai perbandingan pengenaan pajak *e-commerce* B2C antara Indonesia dengan Singapura dan membahas mengenai apakah peraturan dan pelaksanaan pengenaan pajak pada transaksi *e-commerce* B2C di Indonesia sudah dilaksanakan sesuai dengan aturan perpajakan yang ada serta Bagaimana perbandingan peraturan dan pelaksanaan pengenaan pajak *e-commerce* B2C antara Indonesia dengan Singapura.

B. Pembahasan

1. Peraturan dan Pelaksanaan Pengenaan Pajak Pada Transaksi *E-commerce* B2C Berdasarkan Aturan Perpajakan di Indonesia

Dengan hadirnya jenis ekonomi signifikan *e-commerce* membuka peluang baru bagi ranah perpajakan untuk melakukan pemungutan pajak. *E-commerce* mengacu pada berbagai aktivitas bisnis *online* untuk produk dan layanan. Hal tersebut juga berkaitan dengan segala bentuk transaksi bisnis di mana para pihak

¹⁴ Singapore Tax rates and tax system, dilihat di <https://www.corporateservices.com/singapore/singapore-tax-system/> diakses pada 1 Oktober 2020

¹⁵ Singapore Introduces New Guidelines for *E-commerce* Transactions, dilihat <https://www.aseanbriefing.com/news/singapore-introduces-new-guidelines-e-commerce-transactions/>, diakses pada 1 Maret 2021

¹⁶ Muhammad Latief, “Belajar soal memajaki transaksi *e-commerce* dari tetangga”, dilihat <https://www.aa.com.tr/id/analisis-berita/belajar-soal-memajaki-transaksi-e-commerce-dari-tetangga/941706>, diakses pada 18 Maret 2021

berinteraksi secara elektronik daripada melalui pertukaran fisik atau kontak fisik langsung. *E-commerce* biasanya dikaitkan dengan pembelian dan penjualan melalui Internet, atau melakukan transaksi apa pun yang melibatkan pengalihan kepemilikan atau hak untuk menggunakan barang atau jasa melalui jaringan yang dimediasi oleh komputer.

Meskipun populer, definisi ini tidak cukup komprehensif untuk menangkap perkembangan terkini dalam fenomena bisnis baru dan revolusioner ini. Definisi yang lebih lengkap dari *E-commerce* adalah penggunaan komunikasi elektronik dan digital teknologi pemrosesan informasi digital dalam transaksi bisnis untuk menciptakan, mengubah, dan mendefinisikan kembali hubungan untuk penciptaan nilai antara atau di antara organisasi, dan antara organisasi dan individu.¹⁷ Jenis *e-commerce* terbagi atas *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C), *Customer to Customer* (C2C), *Consumer to Business* (C2B), *Business to Administration* (B2A), *Consumer to Administration* (C2A), *Online to Offline* (O2O).¹⁸

Apabila kita melihat jenis *e-commerce* yang ada di Indonesia secara umum terbagi menjadi 5 bagian, diantaranya adalah *Classified* atau Daftar iklan baris yaitu jenis paling sederhana dalam bisnis *e-commerce* dimana tidak ada keterlibatan langsung antara penyedia jasa *e-commerce* dalam jual beli selain itu siapapun dapat menjual barang apapun dalam waktu dan tempat yang tidak terbatas. *Marketplace* atau *Customer to Customer* (C2C) yang menjadi pembeda antara *Classified* dan *Marketplace* bahwa di dalamnya terdapat fasilitas untuk melakukan transaksi online dengan adanya *Escrow* atau rekening bersama.

Shopping Mall yang serupa dengan C2C namun penjualnya merupakan *brand-brand* ternama. Toko *Online* (B2C) yang merupakan toko yang menjual produk atau barangnya secara *online* yang keuntungannya merupakan milik pribadi toko *online* tersebut tanpa adanya pembagian keuntungan dengan pihak lain. *Social Media Shop* dimana bentuk bisnis *e-commerce* ini lahir karena adanya perkembangan pesat sosial media yang dimanfaatkan untuk melakukan transaksi jual beli melalui media sosial.

¹⁷ Anjali Gupta, Loc. Cit.

¹⁸ Ritho Rante Renung, Loc. Cit

Dari kelima jenis *e-commerce* yang ada di Indonesia, Toko online merupakan salah satu jenis bisnis *e-commerce* yang paling berkembang pesat di Indonesia¹⁹, contoh *e-commerce* yang ada di dalam Toko Online adalah *Business to Consumer* (B2C). *Business-to-Consumers* (B2C) merupakan jenis bisnis *e-commerce* seperti toko ritel biasa yang memiliki produk eceran untuk dijual ke konsumen akhir dan gudang untuk stok barang. Yang membedakan dengan toko ritel biasa adalah proses transaksinya, karena transaksi dilakukan secara daring atau *online*. Sebagaimana di katakan dalam Pasal 2 ayat (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 bahwa :

“Setiap Wajib Pajak yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan objektif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan wajib mendaftarkan diri pada kantor Direktorat Jenderal Pajak yang wilayah kerjanya meliputi tempat tinggal atau tempat kedudukan Wajib Pajak dan kepadanya diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak.”

Jadi dapat dikatakan bahwa Jenis subjek pajak terhadap pelaku *e-commerce* B2C sama dengan subjek pajak lainnya sebagaimana ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, yaitu bisa orang pribadi maupun badan.²⁰ Sedangkan Objek pajak di dalam transaksi *e-commerce* adalah hasil dari penjualan barang maupun jasa yang dilakukan melalui *e-commerce*,²¹ artinya barang maupun jasa yang di jual oleh pelaku usaha melalui *e-commerce* hingga sampai di tangan konsumen merupakan objek dari pajak.

Meskipun belum ada peraturan khusus yang mengatur mengenai pengenaan pajak *e-commerce* B2C, namun pemerintah sudah menerbitkan beberapa peraturan terkait pajak *e-commerce* yaitu:

1. Surat Edaran Nomor: SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-commerce*, peraturan dibuat untuk mewujudkan keadilan dan mengoptimalkan pemungutan pajak atas

¹⁹ j bentuk bisnis *e-commerce* yang ada di Indonesia, di lihat <https://www.maxmanroe.com/mengenal-5-bentuk-bisnis-ecommerce-yang-ada-di-indonesia.html>, di akses pada 20 Februari 2021

²⁰ Hasil Wawancara bersama bapak Riyadi Hari Prasetya selaku Kepala Seksi Pengawasan dan Konsultasi IV Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cikarang Selatan

²¹ Cristine, “Pajak Pada *E-commerce*”, 2020, <https://www.pajakku.com/read/5f6c7e3d271287758223905f/Pajak-Pada-E-commerce>, di akses pada 29 Januari 2021

transaksi *e-commerce* dan segala jenis transaksi lainnya. Sebagaimana yang tertuang di dalam poin F mengatakan bahwa tidak ada perbedaan antara Ketentuan Umum dan Tata Cara peraturan pajak serta dalam Pelaksanaan kepada Wajib pajak didalam transaksi yang dilakukan melalui elektronik dengan transaksi konvensional. Selain itu terdapat pula mengenai ketentuan atas pajak penghasilan yang didapat dari transaksi *e-commerce* sebagaimana yang dijelaskan di dalam poin G, serta penjelasan mengenai ketentuan pajak pertambahan nilai dan pajak atas penjualan barang mewah dalam transaksi *e-commerce* sebagaimana yang dijelaskan di dalam poin H Surat edaran tersebut.

2. Peraturan Menteri Keuangan nomor PMK 210 Tahun 2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menjelaskan mengenai definisi dari Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), Di dalam Pasal 3 ayat (1) menjelaskan bahwa perdagangan yang dilakukan didalam *e-commerce* dapat dilakukan melalui *Platform Marketplace*, dan *platform* selain *marketplace* seperti media sosial, *daily deals*, *Online Retail*, atau *Classified ads*. Lalu mengenai kewajiban para pelaku usaha *e-commerce* di dalam *Platform Marketplace* yang harus dijalani seperti yang dikatakan di dalam Pasal 3 ayat (3) yang mewajibkan pelaku usaha untuk memiliki NPWP, lalu didalam Pasal 3 ayat (4) bahwa pelaku usaha wajib Memungut, menyetor, dan melaporkan PPN dan PPh. Serta sebagaimana yang tertuang didalam Pasal 7 ayat (2) bahwa pelaku usaha wajib Melaporkan rekapitulasi transaksi (dokumen yang wajib dilampirkan dilampirkan dalam SPT masa PPN) yang dilakukan oleh pedagang atau penyedia jasa dalam platform marketplace. Untuk transaksi *e-commerce* yang dilakukan diluar platform selain market place sebagaimana yang tertuang di dalam Pasal 9 ayat (1) bahwa kewajiban atas PPN, PPnBM, dan PPh, dapat dilakukan sebagaimana peraturan tersebut diatur. PMK 210 Tahun 2018 berlaku mulai 1 April 2019, namun disayangkan

dikarenakan adanya keambiguan dan hal-hal yang dinilai kurang sehingga menteri keuangan Sri Mulyani mencabut peraturan tersebut.²²

3. Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dijelaskan mengenai definisi dari Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang tertuang didalam Pasal 1 ayat (2) yang berbunyi: *“Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.”*

Selain itu peraturan tersebut mengatur mengenai jenis pelaku yang ada didalam kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik yang merupakan orang perorangan atau badan hukum maupun bukan badan hukum yang merupakan pelaku usaha dalam negeri juga pelaku usaha luar negeri. Mengenai identitas subyek hukum para pihak pelaku kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik juga diperlukan dan harus dicantumkan dan di sampaikan dengan jelas sebagaimana yang di sebutkan di dalam Pasal 9, Identitas individu atau badan hukum dapat berupa Izin usaha, Kartu Tanda Penduduk (KTP), Nomor Identitas Pelaku Usaha PMSE yang sah yang diperoleh dari Menteri, Nomor *Hand phone*, Nomor Rekening bank, Nomor Surat Keputusan Pengesahan Badan Hukum. Selain itu dalam Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik diatur pula mengenai perlindungan konsumen yang tidak dicantumkan secara khusus namun dalam peraturannya disinggung di dalam Pasal 26 huruf a mengenai perlindungan Konsumen atas instrument pembayaran yang tertuju pada ketentuan mengenai peraturan perundang-undangan perlindungan Konsumen pada sistem pembayaran. Dan mengatur mengenai perlindungan data pribadi di dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sebagaimana disebutkan didalam pasal 33 ayat (2).²³

²² Hasil Wawancara dengan Bapak Noor Fais (Kepala Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Penjaringan)

²³ Jualan Online Berdasarkan PP No. 80/2019 Wajib Baca!, di lihat <https://www.easybiz.id/seputar-aturan-terbaru-jualan-online/>, diakses pada 17 Februari 2021

4. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan Menjadi Undang-Undang. Dengan hadirnya peraturan ini dapat memenuhi asas keadilan di dalam hal perpajakan. Seperti yang sering di katakan oleh pihak dari otoritas bahwa penting adanya perlakuan yang sama dalam hal perpajakan antara Pelaku usaha melalui sistem elektronik dengan pelaku usaha konvensional biasa dan Memperluas arti dari Bentuk Usaha Tetap (BUT) atau *Permanent Establishment* yang sebelumnya di jelaskan di dalam Pasal 2 ayat (5) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 bahwa memiliki tempat kedudukan atau cabang atau kantor perwakilan dari BUT tersebut dan selanjutnya arti BUT diperluas karena dengan adanya kehadiran ekonomi signifikan, atau dengan kata lain sebelumnya fokus pada *physical presence* yang artinya adalah aturan yang digunakan untuk menentukan domisili pajak dari orang perseorang atau badan hukum dan saat ini diperluas dengan adanya *significant economic presence* atau timbulnya suatu pajak karena suatu faktor tertentu antara perusahaan dengan suatu yuridiksi dalam ekonomi digital maupun cara praktis lainnya sebagaimana yang disebutkan di dalam Pasal 6 Ayat (6) Perppu 1 Tahun 2020, yang sekarang telah disahkan menjadi UU No. 2 Tahun 2020 yang berbunyi: “Pedagang luar negeri, penyedia jasa luar negeri, dan/atau Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) luar negeri yang memenuhi ketentuan kehadiran ekonomi signifikan dapat diperlakukan sebagai bentuk usaha tetap dan dikenakan Pajak Penghasilan.”²⁴
5. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 48/PMK.03/2020 Tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut,

²⁴ Konsep Dan Terminologi PMSE (*E-commerce*) Dan Dasar Hukum Perpajakannya, PT HBMS Consulting, <http://www.hbmsconsulting.com/content-1167/summary/konsep-dan-terminologi-pmse-e-commerce-dan-dasar-hukum-perpajakannya.aspx>, di akses pada 18 Maret 2021

Pemungutan, dan Penyetoran, Serta Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak Dari Luar Daerah Pabean Di Dalam Daerah Pabean Melalui Perdagangan Menimbang Melalui Sistem Elektronik.

Dengan adanya peraturan-peraturan tersebut sudah cukup jelas dari segi *definisi e-commerce*, peraturan pajak terhadap transaksi *e-commerce*, hingga tata cara pemungutan dan penyetoran pajak terhadap transaksi *e-commerce*, namun diharapkan pemerintah terus mengembangkan peraturan-peraturan terkait pengenaan pajak transaksi *e-commerce* dengan aturan yang lebih spesifik terhadap jenis *e-commerce* tertentu di Indonesia khususnya *e-commerce* yang berkembang pesat saat ini yaitu B2C, karena dengan Pesatnya kemajuan teknologi informasi harus diselaraskan dengan perkembangan dan perluasan basis pemungutan pajak. Jika aturan dan ketentuan yang lama tidak dikembangkan maka akan ada celah pada potensi pajak yang tidak bisa di-*collect* oleh negara karena wadah pemungutannya belum tersedia.

Terkait pelaksanaan pengenaan pajak *e-commerce* B2C di Indonesia diatur oleh Direktorat Jendral Pajak, dan pemungutan pajak dilakukan dengan cara *Self assessment*, yang dimana wajib pajak menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. dengan sistem pemungutan pajak pada transaksi *e-commerce* yang dilakukan secara *self assessment* di Indonesia banyak sekali masyarakat yang belum paham akan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi apabila mereka melakukan transaksi dengan sistem elektronik *atau e-commerce* yang tentu saja menimbulkan adanya pertambahan nilai dan penghasilan atas barang maupun jasa yang diperjual belikan.

Untuk merekam segala jenis transaksi yang dilakukan secara *online* Pada tahun 2017, Bank Indonesia menerbitkan peraturan Bank Indonesia Nomor 19 Tahun 2017 tentang Gerbang Pembayaran Nasional yang memiliki fungsi sebagai *National Payment Gateway*²⁵, Namun dengan seiring berjalannya waktu penerapan NPG di Indonesia dinilai kurang optimal karena perkembangan atas penyedia layanan

²⁵ Muhammad Latief, "Belajar soal memajaki transaksi *e-commerce* dari tetangga", dilihat <https://www.aa.com.tr/id/analisis-berita/belajar-soal-memajaki-transaksi-e-commerce-dari-tetangga/941706>, diakses pada 18 Maret 2021

berkembang sangat pesat dan tidak sebanding apabila dibandingkan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat.²⁶

E-commerce di Indonesia dewasa ini berkembang sangat pesat, jenis *e-commerce* yang paling berkembang pesat di Indonesia adalah *Business to Consumer* (B2C) namun dalam pelaksanaannya memiliki kendala akibat sulitnya melacak transaksi yang digunakan melalui elektronik.²⁷ B. Bawono Kristiaji *Partner Tax Research and Training Services* DDTC mengatakan bahwa dalam membagi skema penentuan yuridiksi yang akan dapat hak dalam pajak PPN *International VAT/GST Guidline* dibagi menjadi dua yaitu terhadap *e-commerce business to customer* (B2C) dan *business to business* (B2B), namun permasalahan tersebut lebih banyak terhadap *e-commerce* B2C.

Hal tersebut terjadi karena B2C dalam skemanya fokus kepada *usual residence* yang harus bergantung dengan *internet protocol* (IP) *address*, *billing address*, lembaga keuangan atau metode pembayaran, dan *SIM card*. Hal-hal tersebutlah yang bisa menimbulkan pemajakan berganda apabila setiap negara memiliki *usual residence* yang berbeda.²⁸ Kendala lainnya yang mungkin timbul yaitu pelaku usaha menyimpan data keuangannya secara digital, akibatnya pihak otoritas pajak sulit untuk menentukan pengenaan besaran pajak yang terutang pada wajib pajak *e-commerce* jika infrastruktur yang dimiliki tidak memadai serta pemerintah harus berhati-hati dalam memungut PPN terhadap suatu produk yang dijual melalui *e-commerce* karena pedagang dan konsumen dapat beralih ke media sosial.²⁹

Selain itu menurut salah satu ekonom Indonesia yaitu Aviliani, masyarakat Indonesia masih banyak yang tidak patuh dalam membayar pajak, dan tidak tahu kewajibannya atas penghasilan yang telah mereka peroleh, padahal masyarakat kelas

²⁶ Apa Untungnya Sistem Layanan National Payment Gateway Indonesia?, diakses <http://www.lafondaantioquena.com/apa-untungnya-sistem-layanan-national-payment-gateway-indonesia/>, di lihat pada 18 Maret 2021

²⁷ Ajat Sudrajat, Loc. Cit.

²⁸ sin Ekonomi Digital Masih Menyisakan Tantangan, dilihat https://news.ddtc.co.id/ternyata-penerapan-ppn-ekonomi-digital-masih-menyisakan-tantangan-25164?page_y=1001, diakses pada 22 Februari 2021

²⁹ Menelisik Perkembangan Hukum Perpajakan Pelaku Usaha *E-commerce* di Indonesia, dilihat <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5f34c63dec970/menelisik-perkembangan-hukum-perpajakan-pelaku-usaha-e-commerce-di-indonesia/>, diakses pada 22 Februari 2021

atas dan menengah terus meningkat jumlahnya.³⁰ Hal tersebut terjadi karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah kepada masyarakat terhadap kegiatan transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce*, terbatasnya ruang gerak petugas otoritas pajak untuk dapat mengakses kedalam sistem *e-commerce* karena belum terdapat sistem yang mendukung serta masih belum optimalnya regulasi mengenai Pajak *e-commerce* yang ada di Indonesia.³¹ Unsur-unsur tersebut merupakan sebuah wujud nyata dari bentuk perlawanan pasif terhadap pajak. Seperti yang diketahui bahwa perlawanan pajak pasif merupakan bentuk perlawanan terhadap pajak yang bukan berasal dari wajib pajak, melainkan berasal dari perkembangan ekonomi, intelektual dan perilaku dari penduduk di dalam suatu negara³², karena di Indonesia sendiri masih banyak wajib pajak yang tidak memenuhi kewajibannya di dalam kegiatan transaksi *e-commerce* padahal dengan membayar pajak merupakan wujud bakti kita terhadap negara. Selain itu belum terdapat sistem yang mendukung untuk mengoptimalkan para otoritas pajak dalam mengawasi kegiatan transaksi *e-commerce* dan sosialisasi pemerintah terhadap *e-commerce* yang kurang terlaksana secara optimal.

2. Perbandingan Peraturan Dan Pelaksanaan Pengenaan Pajak *E-commerce* B2C Antara Indonesia Dengan Singapura.

Terkait dengan peraturan *e-commerce* di Indonesia, dewasa ini sudah diterbitkan sejumlah peraturan guna menghadapi jenis model bisnis baru yang signifikan, namun belum ada peraturan khusus terhadap jenis *e-commerce* tertentu seperti *e-commerce Business to Consumer* (B2C), sehingga membuat ruang gerak petugas otoritas pajak terbatas dikarenakan transaksi *e-commerce* dapat berjalan hingga 24 jam tanpa batas teritorial serta usaha yang dijalankan secara fisik tidak terlihat jelas di lapangan seperti halnya toko konvensional. Pemungutan pajak terhadap transaksi *e-commerce* B2C di Indonesia saat ini diberlakukan sebagaimana pemungutan pajak yang dilakukan terhadap toko konvensional.³³

³⁰ Mayoritas Orang Indonesia Tak Patuh Bayar pajak, diakses <http://www.klinikpajak.co.id/berita+detail/?id=berita+pajak+-+mayoritas+orang+indonesia+tak+patuh+bayar+pajak>, dilihat pada 1 Juni 2021

³¹ Riyadi Hari Prasetya, Loc. Cit

³² Di lihat <https://www.coursehero.com/file/p4bs0d5/Perlawanan-terhadap-pajak-terdiri-dari-perlawanan-aktif-dan-perlawanan-pasif-1/>, di akses pada 19 Maret 2021

³³ Riyadi Hari Prasetya, Loc Cit

Apabila kita berkaca dengan peraturan yang ada di negara Singapura, *Good and Services Tax* (GST) diperkenalkan ke Singapura baru-baru ini, melalui *The Goods and Services Tax Act (Act 31 of 1993)*, sistem pajak domestik di Singapura yang pada dasarnya tidak dirancang untuk beroperasi di dunia yang sangat digital namun harus beradaptasi dengan perkembangan zaman.³⁴ *Good and Services Tax* atau GST adalah pajak konsumsi berbasis luas yang dipungut atas impor barang (dipungut oleh Bea Cukai Singapura), serta hampir semua pasokan barang dan jasa di Singapura.³⁵

Good and Services Tax (GST) umumnya dibebankan pada dua jenis persediaan. Pertama, GST dibebankan pada persediaan kena pajak barang dan jasa yang dibuat di Singapura oleh orang-orang kena pajak. Berdasarkan Pasal 8 ayat (2) *GST act*, orang kena pajak adalah orang yang terdaftar GST, setelah memenuhi omset kena pajak tahunan sebesar SGD 1 juta. Kedua, juga dibebankan biaya atas semua impor barang ke Singapura, terlepas dari apakah importir itu kena pajak atau tidak. Ketentuan pengembalian pajak di bagian 14 ayat (1) *GST Act* mengatur penghitungan GST oleh pembeli yang mengimpor layanan ke Singapura. Namun, sejak diberlakukannya *GST Act* pada tahun 1993, ketentuan tagihan pengembalian pajak tersebut sudah tidak berjalan.

Hal ini meninggalkan celah dalam ketentuan perpajakan, karena pasokan barang dan jasa lokal serta barang impor dikenai GST berdasarkan pasal 7 *GST Act*, tetapi jasa impor tidak dikenakan GST.³⁶ Saat ini Singapura sudah menghadirkan peraturan khusus mengenai regulasi model jenis *e-commerce* B2C dengan melahirkan *Overseas Vendor Registration* (OVR) yang mulai berlaku dari 1 Januari 2020, dimana OVR tersebut menjadi tolak ukur pengenaan pajak pada jenis *e-commerce Business to Consumer* (B2C) yang bertujuan untuk menyamakan kedudukan antara pemasok layanan digital lokal dan luar negeri. OVR (untuk transaksi B2C), vendor luar negeri yang memasok layanan digital kepada konsumen

³⁴ Vincent Ooi, "Tax Law and the digital economy in Singapore", *Journal Singapore Management University-School of Law*, 2021, hlm 15

³⁵ *Inland Revenue Authority of Singapore*, dilihat <https://www.iras.gov.sg/irashome/GST/GST-registered-businesses/Learning-the-basics/Goods-and-Services-Tax--GST---What-It-Is-and-How-It-Works/>, di akses pada 18 Maret 2021

³⁶ Vincent Ooi, *Op. cit.* hlm 18

di Singapura harus terdaftar GST jika kondisi tertentu terpenuhi.³⁷ Kondisi tertentu tersebut dijelaskan di dalam IRAS E-Tax Guide bahwa :

1. Apabila memiliki tempat usaha, tempat usaha tetap, atau tempat tinggal biasa di Singapura serta sebagai seorang operator pasar elektronik, yang dianggap sebagai pemasok untuk layanan digital yang dibuat sendiri maka Jika terdaftar GST diharuskan untuk membebaskan dan memperhitungkan GST atas pasokan layanan digital yang dibuat oleh pemasok luar negeri melalui pasar yang orang tersebut miliki. Jika tidak terdaftar GST, harus menyertakan persediaan tersebut saat menentukan kewajiban pendaftaran GST.
2. Apabila memiliki tempat usaha, memiliki tempat usaha tetap, atau memiliki tempat tinggal biasa di Singapura dan bukan sebagai seorang operator pasar elektronik, yang dianggap sebagai pemasok untuk layanan digital yang dibuat sendiri maka Rezim pendaftaran vendor luar negeri tidak berlaku untuk orang tersebut. Namun, apabila seseorang juga memiliki bisnis atau pendirian tetap di luar negeri maka Jika terdaftar GST, diwajibkan untuk membebaskan dan memperhitungkan GST atas pasokan layanan digital yang dibuat suatu pihak di luar negeri kepada pelanggan di Singapura. Jika tidak terdaftar GST, diharuskan mendaftar jika memiliki omset global tahunan melebihi 1 juta Dolar Singapura dan perusahaan luar negeri Anda melakukan penjualan kepada pelanggan di Singapura melebihi 100,000 Dolar Singapura
3. Apabila tidak memiliki tempat usaha, tidak memiliki tempat usaha tetap, atau tidak memiliki tempat tinggal biasa di Singapura dan bukan sebagai seorang operator pasar elektronik, yang dianggap sebagai pemasok untuk layanan digital yang dibuat sendiri serta memiliki omset global tahunan dan melakukan penjualan ke pelanggan di Singapura masing-masing melebihi 1 juta Dolar Singapura dan perusahaan luar negeri Anda melakukan penjualan kepada pelanggan di Singapura melebihi 100.000 Dolar Singapura maka Anda bertanggung jawab atas pendaftaran GST, dan diwajibkan untuk membebaskan dan memperhitungkan GST atas pasokan layanan digital kepada pelanggan di Singapura.

³⁷ Vincent Ooi, Op. cit. hlm 15

4. Apabila tidak memiliki tempat usaha, tidak memiliki tempat usaha tetap, atau tidak memiliki tempat tinggal biasa di Singapura dan bukan sebagai seorang operator pasar elektronik, yang dianggap sebagai pemasok untuk layanan digital yang dibuat sendiri serta tidak memiliki omset global tahunan dan tidak melakukan penjualan ke pelanggan di Singapura masing-masing melebihi 1 juta Dolar Singapura dan perusahaan luar negeri Anda tidak melakukan penjualan kepada pelanggan di Singapura melebihi 100.000 Dolar Singapura, maka Anda tidak bertanggung jawab atas pendaftaran GST, tetapi harus terus memantau kewajiban pendaftaran Anda.
5. Apabila tidak memiliki tempat usaha, tidak memiliki tempat usaha tetap, atau tidak memiliki tempat tinggal biasa di Singapura namun sebagai seorang operator pasar elektronik, yang dianggap sebagai pemasok untuk layanan digital yang dibuat sendiri dan tidak memiliki omset global tahunan dan tidak melakukan penjualan ke pelanggan di Singapura masing-masing melebihi 1 juta Dolar Singapura dan perusahaan luar negeri Anda tidak melakukan penjualan kepada pelanggan di Singapura melebihi 100.000 Dolar Singapura, maka Anda tidak bertanggung jawab atas pendaftaran GST, tetapi harus terus memantau kewajiban pendaftaran Anda.³⁸

Pada pelaksanaan kegiatan transaksi elektronik, Indonesia memiliki Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) yang berfungsi untuk merekam segala jenis transaksi yang dilakukan secara *online*, namun GPN dinilai kurang optimal untuk merekam segala transaksi yang dilakukan secara *online*. Pemungutan pajak *e-commerce* B2C di Indonesia dilakukan dengan cara *self assessment* yang artinya sistem pemungutan pajak yang membebankan penentuan besaran pajak yang perlu dibayar oleh wajib pajak. Dikarenakan pemungutan pajak terhadap *e-commerce* B2C di Indonesia diterapkan sama dengan pemungutan pajak terhadap toko konvensional biasa, maka pihak yang berwenang memungut pajak hanya mengandalkan data laporan atau buku rekening yang ditujukan sebagai bukti transaksi dari para wajib pajak untuk melaporkan dan membayarkan pajaknya sendiri atas barang maupun jasa yang di jual melalui toko elektronik seperti penjualan barang dan jasa yang ada di

³⁸ IRAS, "IRAS e-Tax Guide GST: Taxing imported services by way of an overseas vendor registration regime (Second Edition)", Agustus 2019, hlm 44

dalam *e-commerce* B2C.³⁹ Jika terdapat kendala dalam pengenaan pajak B2C maka akan sulit untuk dilacak karena pihak otoritas yang berwenang tidak memiliki peraturan maupun sistem untuk menanganinya. Dalam *e-commerce* B2C untuk membagi skema penentuan yuridiksi masih terdapat kendala yang dapat memungkinkan terjadinya perpajakan berganda.

Menurut salah satu ekonom Indonesia yang mengatakan bahwa Indonesia memiliki masyarakat yang minim akan kesadaran dalam pemenuhan atas kewajiban pajaknya, Hal tersebut terjadi karena kurangnya sosialisasi dari pemerintah kepada masyarakat terhadap kegiatan transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce*, terbatasnya ruang gerak petugas otoritas pajak untuk dapat mengakses kedalam sistem *e-commerce* karena belum terdapat sistem yang mendukung serta masih belum optimalnya regulasi mengenai Pajak *e-commerce* yang ada di Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Indonesia masih banyak yang melakukan perlawanan pajak pasif, yaitu perlawanan terhadap pajak yang bukan berasal dari wajib pajak, melainkan berasal dari perkembangan intelektual dan perilaku dari penduduk di dalam suatu negara.

Apabila berkaca dengan Singapura, Terkait pelaksanaannya, *Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS)* menjadi suatu badan pengelola pajak di Singapura guna memastikan kepatuhan pajak dengan tidak menghambat perkembangan *e-commerce* yang dewasa ini menjadi kontribusi pada pembangunan ekonomi. IRAS memiliki prinsip untuk tidak mendiskriminasi antara pelaku usaha *e-commerce* dengan pelaku usaha tradisional dan berusaha memaksimalkan penggunaan perundangan pajak yang ada.⁴⁰

Dalam melakukan pengenaan pajak pada transaksi *e-commerce*, Singapura menggunakan E-NETS sebagai *National Payment Gateway (NPG)* yang berfungsi sebagai suatu sistem yang dapat mengoptimalkan dan mempermudah pemungutan PPN karena Bank dan tempat jasa pemabayaran yang melayani transaksi *online* saling terhubung pada lembaga *switching* NPG tersebut. E-NETS di Singapura memiliki peran untuk merekam segala kegiatan transaksi *online* yang dilakukan di Singapura, selain itu E-NETS sebagai suatu lembaga *switching* NPG di Singapura

³⁹ Noor Fais, Loc. Cit.

⁴⁰ *ibid*

bagi kartu Kredit yang menggunakan mata uang Dollar Singapura seperti *Master Card, American Express, Visa dan JCB*, serta E-NETS berperan lembaga *switching* bagi *Internet Banking* Bank Konvensional Singapura.⁴¹

Table 2: Top 10 developing economies in the UNCTAD B2C E-commerce index 2020

2020 Rank	Economy	Share of individuals using the Internet (2019 or latest)	Share of individuals with an account (15+, 2017)	Secure Internet servers (normalized, 2019)	UPU postal reliability score (2019 or latest)	2020 Index value)	Index value change (2019-20 data)	Rank 2019
4	Singapore	89	98	94	97	94.4	-0.3	3
10	China, Hong Kong SAR	92	95	88	92	91.8	0.3	14
18	Korea, Republic of	96	95	68	100	89.8	0.0	19
30	Malaysia	84	85	71	85	81.3	1.5	31
37	United Arab Emirates	99	88	61	64	78.2	0.0	28
42	Thailand	67	82	59	97	76.0	0.5	48
44	Iran (Islamic Republic of)	70	94	57	79	75.0	-1.5	45
49	Saudi Arabia	96	72	43	78	72.3	0.0	49
50	Qatar	100	66	50	73	72.1	0.0	47
54	Oman	92	74	43	73	70.6	0.0	60

Gambar : diambil dari *UNCTAD B2C E-commerce index 2020*.⁴²

United Nations Conference on Trade and Development atau *UNCTAD* ada untuk mengukur *e-commerce* dan ekonomi digital yang bertujuan untuk membangun kapasitas negara-negara dalam menghasilkan statistik resmi tentang *e-commerce* dan ekonomi digital, dan yang dapat digunakan untuk memandu pembuatan suatu kebijakan.⁴³ Selain itu *UNCTAD* memiliki tujuan untuk memaksimalkan peluang perdagangan, investasi dan pengembangan negara-negara berkembang dan membantu mereka dalam upaya mereka untuk berintegrasi ke dalam ekonomi dunia secara adil.⁴⁴ Dari data tersebut menunjukkan bahwa Singapura merupakan negara yang memiliki kesiapan yang matang akan hadirnya *e-commerce*.

Selain itu diketahui bahwa Singapura diakui secara internasional karena sistem pajaknya yang efisien dan kompetitif yang memungkinkan perusahaan dan pengusaha menikmati tarif pajak rendah dan memanfaatkan berbagai jenis

⁴¹ Muhammad Latief, Loc. Cit

⁴² Gambar diambil dari *UNCTAD B2C E-commerce index 2020* yang dilihat pada tanggal 18 Maret 2021

⁴³ *Measuring e-commerce and the digital economy*, di lihat <https://unctad.org/topic/e-commerce-and-digital-economy/measuring-e-commerce-digital-economy>, di akses pada 18 Maret 2021

⁴⁴ Direktorat Jendral Perundingan Perdagangan Internasional, *UNCTAD*, dilihat <http://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/apec-oi/organisasi-perserikatan-bangsa-bangsa/unctad>, diakses pada 1 Juni 2021

keringanan pajak.⁴⁵ Singapura sangat patuh dalam memenuhi kewajibannya karena terdapat peraturan serta sistem pengawasan yang dibuat oleh pemerintah terintegrasi secara baik, terbukti dengan adanya Pandemi Covid-19 2020 yang terjadi secara global penerimaan pajak tumbuh 2,1%, *Inland Revenue Authority of Singapore* (IRAS) melaporkan bahwa pemungutan pajak atas barang dan jasa (GST) mengalami peningkatan secara marginal 0,2%, serta GST memberikan 21% penerimaan pajak yang dilakukan oleh IRAS.⁴⁶

Dengan hadirnya *e-commerce* sebagai jenis bisnis baru yang signifikan Singapura menghadirkan Panduan untuk Transaksi *e-commerce* yaitu *Technical Reference (TR 76)* pertamanya untuk membantu bisnis mengembangkan kebijakan perdagangan elektronik yang berpusat pada pelanggan. *TR 76* bertujuan untuk menghadirkan transparansi yang lebih besar ke industri *e-commerce*, yang akan membuat konsumen melakukan pembelian yang lebih tepat. Pedoman yang disampaikan dalam *TR 76* mencakup informasi mengenai seluruh proses transaksi *e-commerce* mulai dari aktivitas pra pembelian hingga prosedur pembayaran hingga aktivitas pasca pembayaran dan dukungan pelanggan. *TR 76* akan meningkatkan transparansi salah satu pasar *e-commerce* yang tumbuh paling cepat di Asia Tenggara dan mendorong lebih banyak bisnis kecil dan menengah (UKM) untuk berekspansi ke *platform online*.⁴⁷

C. Penutup

Dengan pesatnya suatu perkembangan teknologi namun tidak diselaraskan dengan regulasi yang memadai maka cepat atau lambat dapat menimbulkan kerugian seperti halnya di ranah perpajakan yaitu tidak tercapainya asas keadilan terhadap pelaku usaha online dengan pelaku usaha konvensional. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pemerintah bergerak cepat dalam membuat regulasi pajak yang memadai khususnya pada ranah *e-commerce*.

⁴⁵ Singapore Tax rates and tax system, dilihat di <https://www.corporateservices.com/singapore/singapore-tax-system/> diakses pada 1 Oktober 2020

⁴⁶ Dian Kurniati, "Ada Covid-19, Penerimaan Pajak Negara Ini Tumbuh 2,1%", 2020, https://news.ddtc.co.id/ada-covid-19-penerimaan-pajak-negara-ini-tumbuh-21-24911?page_y=0, di akses pada 1 Juni 2021

⁴⁷ Singapore Introduces New Guidelines For *E-commerce* Transaction dilihat <https://www.aseanbriefing.com/news/singapore-introduces-new-guidelines-e-commerce-transactions/>, diakses pada 1 Maret 2021

Dengan penegakan hukum yang jelas dan tegas terhadap pengenaan pajak yang sama antara pelaku usaha *e-commerce* dengan pelaku usaha konvensional diharapkan dapat meminimalisir wajib pajak untuk melakukan penghindaran terhadap pembayaran pajak baik penghindaran pembayaran pajak penghasilan, maupun pajak pertambahan nilai dalam transaksi *e-commerce* khususnya pada jenis usaha *online* retail sebagai jenis usaha yang paling berkembang pesat di Indonesia. Sampai saat ini belum ada teknologi memadai yang dibuat oleh pemerintah Indonesia guna merekam segala jenis transaksi yang dapat dibaca melalui sistem khususnya transaksi elektronik, hal tersebut membuat pihak otoritas pajak mengalami keterbatasan sehingga pajak yang di laporkan oleh wajib pajak pelaku *usaha e-commerce* B2C jenis online retail sebagai jenis *e-commerce* yang paling berkembang pesat di Indonesia tidak dapat terlihat jelas dan hanya mengandalkan kejujuran dari wajib pajak pelaku usaha tersebut.

Selain itu pengetahuan masyarakat yang terbatas mengenai kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi terhadap usaha yang dilakukan melalui sistem elektronik. Pemerintah memiliki peran yang penting untuk dapat memberikan informasi dan edukasi terkait kehadiran jenis ekonomi signifikan seperti *e-commerce*, sehingga segala bentuk kewajiban atas kegiatan transaksi elektronik yang dilakukan masyarakat di Indonesia dapat terwujud dengan baik.

D. Daftar Pustaka

- Ajat Sudrajat, "Pajak *E-commerce*, Pemecahan dan Solusinya" Jurnal Pajak Vokasi Vol. 2, No. 1, September 2020
- Anjali Gupta, "*E-COMMERCE : ROLE OF E-COMMERCE IN TODAY'S BUSINESS*", International Journal of Computing and Corporate Research Vol 4, 2014
- Apa Untungnya Sistem Layanan National Payment Gateway Indonesia?, diakses <http://www.lafondaantioquena.com/apa-untungnya-sistem-layanan-national-payment-gateway-indonesia/>, di lihat pada 18 Maret 2021
- Cristine, Pajak Pada *E-commerce*, 2020, <https://www.pajakku.com/read/5f6c7e3d271287758223905f/Pajak-Pada-E-commerce>, di akses pada 29 Januari 2021

Di lihat <https://www.coursehero.com/file/p4bs0d5/Perlawanan-terhadap-pajak-terdiri-dari-perlawanan-aktif-dan-perlawanan-pasif-1/>, di akses pada 19 Maret 2021

Dian Kurniati, “Ada Covid-19, Penerimaan Pajak Negara Ini Tumbuh 2,1%”, 2020, https://news.ddtc.co.id/ada-covid-19-penerimaan-pajak-negara-ini-tumbuh-21-24911?page_y=0, di akses pada 1 Juni 2021

Direktorat Jendral Perundingan Perdagangan Internasional, UNCTAD, dilihat <http://ditjenppi.kemendag.go.id/index.php/apec-oi/organisasi-perserikatan-bangsa-bangsa/unctad>, diakses pada 1 Juni 2021

E-commerce dan Perubahan Ritel di Indonesia, di lihat di <https://powercommerce.asia/e-commerce-dan-perubahan-ritel/>, di akses pada 15 Februari 2021

Gaertner, N. dan Smith, M., 2001. *E-commerce* in a Web-based Environment: Auditing Relative Advantages in The Australian Health Sector, *Managerial Auditing Journal*, 16 (6): hal 347-365

Gambar diambil dari UNCTAD B2C *E-commerce* index 2020 yang dilihat pada tanggal 18 Maret 2021

IRAS, “IRAS e-Tax Guide GST: Taxing imported services by way of an overseas vendor registration regime (Second Edition)”, Agustus 2019, hlm 44

Jualan Online Berdasarkan PP No. 80/2019 Wajib Baca!, di lihat <https://www.easybiz.id/seputar-aturan-terbaru-jualan-online/>, diakses pada 17 Februari 2021

Konsep Dan Terminologi PMSE (*E-commerce*) Dan Dasar Hukum Perpajakannya, PT HBMS Consulting, <http://www.hbmsconsulting.com/content-1167/summary/konsep-dan-terminologi-pmse-e-commerce-dan-dasar-hukum-perpajakannya.aspx>, di akses pada 18 Maret 2021

Marak *e-commerce*, konsumen mulai beralih ke belanja online, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3493664/marak-e-commerce-konsumen-mulai-beralih-ke-belanja-online>, di akses pada 15 Februari 2021

Mayoritas Orang Indonesia Tak Patuh Bayar pajak, diakses <http://www.klinikpajak.co.id/berita+detail/?id=berita+pajak+-+mayoritas+orang+indonesia+tak+patuh+bayar+pajak>, dilihat pada 1 Juni 2021

- Measuring *e-commerce* and the digital economy, di lihat <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy/measuring-ecommerce-digital-economy>, di akses pada 18 Maret 2021
- Menelisik Perkembangan Hukum Perpajakan Pelaku Usaha *E-commerce* di Indonesia, dilihat <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5f34c63dec970/menelisik-perkembangan-hukum-perpajakan-pelaku-usaha-e-commerce-di-indonesia/>, diakses pada 22 Februari 2021
- Mengenal 5 bentuk bisnis *e-commerce* yang ada di Indonesia, di lihat <https://www.maxmanroe.com/mengenal-5-bentuk-bisnis-ecommerce-yang-ada-di-indonesia.html>, di akses pada 20 Februari 2021
- Muhammad Latief, “Belajar soal memajaki transaksi *e-commerce* dari tetangga”, dilihat <https://www.aa.com.tr/id/analisis-berita/belajar-soal-memajaki-transaksi-e-commerce-dari-tetangga/941706>, diakses pada 18 Maret 2021
- Renung, Ritho Rante, *E-commerce*, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi, Deepublish, 2018, hlm 31
- Singapore Introduces New Guidelines For *E-commerce* Transaction dilihat <https://www.aseanbriefing.com/news/singapore-introduces-new-guidelines-e-commerce-transactions/>, diakses pada 1 Maret 2021
- Singapore Tax rates and tax system, dilihat di <https://www.corporateservices.com/singapore/singapore-tax-system/> diakses pada 1 Oktober 2020
- Ternyata Penerapan PPN Ekonomi Digital Masih Menyisakan Tantangan, dilihat https://news.ddtc.co.id/ternyata-penerapan-ppn-ekonomi-digital-masih-menyisakan-tantangan-25164?page_y=1001, diakses pada 22 Februari 2021
- Transaksi *e-commerce* di Indonesia terbesar di Asia Tenggara, di lihat di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/nilai-transaksi-digital-perdagangan-elektronik-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara>, di akses pada 17 Februari 2021
- Vincent Ooi, “Tax Law and the digital economy in Singapore”, Journal Singapore Management University-School of Law, 2021, hlm 15