

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, teknologi berkembang dengan sangat laju. Hal ini mengakibatkan pesatnya perkembangan sistem di internet bagi setiap pengguna. Hal ini telah mengubah kehidupan manusia menjadi lebih canggih dan memunculkan era revolusi industri 4.0. Saat ini sedang berlangsung perkembangan *internet of things (IoT)* yang diikuti dengan lahirnya teknologi baru dalam data sains, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), robotic, *cloud*, cetak tiga dimensi, dan teknologi nano (Ghufron, 2018). Era revolusi industri 4.0 dapat dikatakan telah mengubah banyak faktor kehidupan manusia yang sebelumnya tidak tergantung menjadi sangat tergantung dengan sistem internet. Berbagai fasilitas dalam sistem internet memberi banyak pengaruh pada sektor ekonomi, yang oleh banyak para ahli sering disebut dengan istilah ekonomi digital.

Ekonomi digital adalah transaksi barang dan jasa melalui media internet (*e-commerce*) yang terdiri dari *e-commerce*, iklan *online*, layanan pembayaran *online*, *cloud computing*, dan platform (Juswanto, 2017). Era ekonomi digital mulai berlangsung pada tahun 1981-an dan disebut sebagai era *old digital economy*. Kemudian sejak tahun 2000-an, ekonomi digital telah memasuki era *new digital*

economy. Hal ini ditandai dengan adanya *mobile technology*, akses internet yang tidak terbatas serta kehadiran teknologi *cloud* yang digunakan dalam proses ekonomi digital (Ark, 2016). Dalam ekonomi digital, perusahaan menawarkan fasilitas yang sesuai dengan pesanan spesifik atau penawaran khusus yang biasa disebut sebagai penawaran individual (Michael Bloch, 2005). Lebih lanjut, ciri utama ekonomi digital adalah melakukan kegiatan ekspor-impor produk lintas negara dan dalam skala yang besar memotong rantai *intermediary*.

Di Indonesia, ekonomi digital berkembang pesat seiring dengan bertambahnya pengguna internet. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pada 2017, pengguna internet di Indonesia diperkirakan 54 persen atau ±143,20 juta penduduk. Selanjutnya, pendapatan atas transaksi ekonomi digital pada 2017 sebesar USD 8,1 miliar (CNN Indonesia, 2019). Peningkatan terus terjadi hingga saat ini. Hal ini dibuktikan dengan laporan *E-Conomy SEA* yang disusun oleh Google, Temasek, dan Bain & Company memperkirakan secara total, nilai transaksi ekonomi digital di Indonesia akan mencapai USD 44 miliar atau ±Rp 624,2 triliun pada 2020 (Jatmiko, 2020). Lebih lanjut, berdasarkan laporan, Indonesia diprediksi mengalami peningkatan produktivitas sekitar 7,4% terhadap total produk domestik bruto (PDB) Indonesia di tahun 2025 akibat dari pemanfaatan teknologi digital (digitalisasi) (McKinsey, 2016).

Berdasarkan Surat Edaran (SE) Direktur Jendral Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tanggal 27 Desember 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-Commerce* terdapat empat ragam *e-commerce*. Pertama, toko *online* seperti Tokopedia dan Bukalapak.com. Kedua, *classified ads* seperti Google

Ads dan Berniaga.com. Ketiga, *daily deals* seperti Livingsocial dan Lakupon. Dan yang terakhir, *online retail* seperti Lazada. Selain itu, para pelaku *e-commerce* juga banyak memanfaatkan jejaring sosial seperti Whatsapp dan Facebook untuk berjualan bahkan menggunakan Google untuk membuat laman pribadi sebagai toko *online*. Lebih lanjut, seperti halnya perdagangan konvensional pelaku *e-commerce* juga memerlukan sarana untuk mempromosikan barang dan jasa yang ditawarkannya. Saat ini, terdapat banyak penyeenggara jasa periklanan *online* seperti Google, Facebook, Youtube, dan lain-lain yang memberikan ruang bagi pelaku *e-commerce* untuk mengiklankan dagangannya bahkan sampai ke berbagai negara. Biasanya para pelaku *e-commerce* yang memiliki target untuk bertransaksi dengan pembeli luar negeri akan melabeli toko *online*-nya dengan “*world wide shipping*”. Hal ini mengindikasikan bahwa toko tersebut bisa melakukan penyerahan barang dan jasa lintas batas negara.

Pada dasarnya seluruh produk yang dijual di *e-commerce* merupakan Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP) kecuali jika termasuk non objek pajak yang diatur dalam Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai (UU PPN) pada pasal 4A ayat (2) dan (3). Berdasarkan data reportal digital pada 2019, selama dua tahun berurutan yaitu 2017 dan 2018, pendapatan *e-commerce* terus mengalami peningkatan di berbagai kategori produk yang dijual (Gambar I.1). Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat jumlah nilai penyerahan yang berpotensi besar terutang Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Berdasarkan SE Direktur Jendral Pajak Nomor SE-62/PJ/2018 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-Commerce*, tidak ada perbedaan kewajiban PPN atas perdagangan *e-commerce*

maupun perdagangan konvensional. Penjual tetap berkewajiban untuk menarik PPN dari pembeli atas setiap penyerahan BKP dan JKP. Namun, dalam hal barang dan jasa dibeli dari luar negeri, pembeli berkewajiban untuk menyetor sendiri PPN yang terutang.

Pesatnya perkembangan ekonomi digital menimbulkan tantangan baru dalam sistem perpajakan. Salah satu sifat PPN yaitu *destination principle* menyebabkan pembelian barang dan jasa dari luar negeri menimbulkan PPN terutang. Jika barang yang diimpor merupakan barang berwujud maka pengenaan PPN-nya lebih mudah karena wujud fisik barang terlihat nyata masuk ke daerah pabean Indonesia. Dalam kasus ini, PPN dipungut melalui petugas Direktorat Jendral Bea Cukai. Tantangan muncul ketika barang dibeli dari luar negeri berupa Barang Kena Pajak Tidak Berwujud (BKP TB) dan JKP. Hal ini terjadi karena bentuk fisik barang tak terlihat. Oleh karena itu, pembeli dapat dengan mudah membayar langsung ke penjual di luar negeri dan memanfaatkan BKP TB dan JKP tersebut tanpa menyetor PPN ke kas negara. Diabsahkan dengan kejadian nyata di lapangan bahwa konsumen dari *e-commerce* umumnya merupakan orang pribadi yang bertindak sebagai konsumen akhir. Lebih lanjut, mayoritas konsumen akhir tidak berstatus Pengusaha Kena Pajak (PKP). Oleh karena itu penyeteroran PPN kurang memiliki manfaat bagi mereka karena tidak dapat menjadi pajak masukan yang dapat dikreditkan. Hal ini pada akhirnya berdampak pada tingkat penyeteroran PPN terutang atas pemanfaatan BKP TB dan JKP.

Indonesia telah menjadi salah satu negara yang berpotensi bagi perusahaan multinasional raksasa seperti Amazon, Facebook, Google, dan lainnya. Menyadari

bahwa potensi PPN atas penyerahan BKP TB dan JKP melalui *e-commerce* sangat besar. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Kementerian Keuangan yang terdapat dalam naskah akademik 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 (Perpu Nomor 1 Tahun 2020), secara keseluruhan nilai transaksi barang digital yang terjadi di Indonesia yaitu sebesar Rp104 triliun (Wibowo, 2020). Nilai transaksi digital yang besar mengindikasikan besarnya potensi pendapatan negara dari transaksi lintas negara dimana transaksi digital tersebut terutang PPN di negara tempat produk tersebut dikonsumsi. Oleh karena itu, pada tahun 2020, seluruh dunia mengalami pandemi Covid-19, Pemerintah Indonesia mengambil inisiatif untuk menjaga stabilitas sistem keuangan dengan melakukan intensifikasi pajak. Langkah yang diambil pemerintah tercantum dalam Pasal 6 Perpu Nomor 1 Tahun 2020. Dalam pasal tersebut menyatakan bahwa pemerintah akan memungut PPN atas pemanfaatan produk digital dan jasa dari luar negeri lewat perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) yang selanjutnya diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 48/PMK.03/2020. Penerapan PMK Nomor 48/PMK.03/2020 memberikan kesempatan yang sama antara pelaku usaha tradisional dengan pelaku usaha digital dari dalam dan luar negeri.

Pada intinya, PMK nomor 48/PMK.03/2020 mengatur tentang pemungutan PPN atas pemanfaatan BKPTB dan JKP dari luar pabean yang biasanya disediakan

oleh pelaku PMSE (PPMSE). Direktorat Jendral Pajak akan menunjuk PPMSE sebagai pemungut PPN yang berkewajiban untuk menyetorkan PPN yang dipungutnya ke APBN maksimal akhir bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir.. Seperti PPN konvensional, tarif PPN baru yang dikenakan juga sebesar 11% dari jumlah yang dibayar konsumen.

Beberapa negara lain yang juga menerapkan pajak atas transaksi digital adalah Jepang, negara-negara Uni Eropa, Australia, dan India. Perancis mengenakan PPN atas *consumption tax on service* sejak 1 Januari 2019. Lalu negara-negara Uni Eropa yang mengenakan PPN atas produk digital sejak tahun 2015. Pengenaan *good and services tax* atas transaksi ekonomi digital oleh Inggris sejak awal 1 April 2020 (Kurniawan, 2020).

Indonesia menggunakan *benchmark* yang sama digunakan oleh Perancis dan Inggris. Pemilihan *benchmark* ini dirasa kurang tepat mengingat Perancis, Inggris, dan Indonesia tidak mempunyai kebiasaan yang sama. Kondisi perniagaan dan sarana teknologi Perancis dan Inggris lebih mumpuni jika dibandingkan dengan Indonesia. Bahkan, kondisi perpajakan di Perancis sudah melangkah menuju *voluntary compliance* dimana *tax ratio* di negara Perancis sudah mencapai sebesar 45,5% (OECD, 2020). Berbeda dengan kondisi perpajakan Indonesia yang belum menemukan titik ekuilibrium antara wajib pajak dengan otoritas pajak (Ida Ayu Rasthiti Adnyani, 2020).

Seluruh negara yang telah disebutkan sebelumnya memiliki mekanisme dan *threshold* masing-masing dalam mengenakan pajak atas transaksi digital. Penerapan mekanisme tersebut tentunya menyesuaikan dengan perkembangan

kondisi negara masing-masing. Oleh sebab itu, berdasarkan hubungan Indonesia, Inggris, dan Perancis yang dibahas di paragraf sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan studi lanjutan terkait perbedaan pengenaan pajak atas transaksi digital antara Indonesia, Inggris, dan Perancis.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam rangka penyusunan karya tulis tugas akhir (KTTA), penulis menentukan beberapa hal pokok yang menjadi rumusan permasalahan dengan uraian sebagai berikut.

1. Bagaimana perbandingan mekanisme pengenaan PPN atas transaksi digital di Indonesia, Inggris, dan Perancis?
2. Apa kekuatan dan kelemahan dari setiap mekanisme pengenaan PPN atas transaksi digital di Indonesia, Inggris, dan Perancis?
3. Bagaimana cara mengatasi kelemahan mekanisme PPN atas transaksi digital di Indonesia?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui perbandingan mekanisme pengenaan PPN atas transaksi digital di Indonesia, Inggris, dan Perancis.
2. Mengetahui kekuatan dan kelemahan dari setiap mekanisme pengenaan PPN atas transaksi digital di Indonesia, Inggris, dan Perancis.

3. Memberikan rekomendasi untuk mengatasi kelemahan mekanisme PPN atas transaksi digital di Indonesia.

1.4 Ruang Lingkup

Dalam penulisan KTTA ini, penulis memberi batas antara objek dan subjek penulisan. Pembatasan ini hanya berfokus pada mekanisme pengenaan pajak atas transaksi digital di 3 negara (Indonesia, Inggris, dan Prancis) berdasarkan hukum positif yang disandingkan dengan teori pajak tidak langsung (PPN atau VAT, dan GST). Adapun faktor yang mendorong penulis membatasi ruang lingkup penulisan hanya terhadap 3 negara tersebut adalah pertama, Negara Inggris merupakan negara yang lebih dahulu menerapkan jenis pajak baru atas transaksi digital dibanding Indonesia, yaitu pada 1 April 2020. Kedua, negara Perancis merupakan negara yang memiliki kebijakan menerapkan *threshold* untuk PPN PMSE dan masuk kedalam 10 besar negara yang memiliki pasar *e-commerce* di dunia tahun 2020 (ecommerceDB, 2020).

1.5 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penulisan KTTA ini diharapkan dapat menyumbang informasi tentang perbedaan mekanisme pajak atas transaksi digital yang ada di antara Indonesia, Inggris, dan Perancis. Selain itu, hasil penulisan KTTA ini dapat menjadi rujukan alternatif bagi penulisan selanjutnya yang berhubungan dengan pengenaan pajak atas transaksi digital di Indonesia.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian KTTA ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai bantuan alternatif bagi Direktorat Jendral Pajak dalam menentukan *benchmark* negara serta *threshold* untuk mekanisme pajak atas transaksi digital di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan KTTA

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang penulisan, rumusan masalah yang akan dibahas, tujuan dan manfaat penulisan, ruang lingkup pembahasan, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian teori dan penelitian sebelumnya yang mendukung pembahasan topik utama dalam karya tulis ini yaitu gambaran umum mengenai ekonomi digital; transaksi digital; produk dan jasa digital; aspek PPN atas transaksi digital; tantangan yang dihadapi dalam pengenaan PPN atas transaksi digital; pengertian *direct tax* dan *indirect tax*; jenis-jenis *indirect tax* di Indonesia, Inggris, dan Prancis; definisi; karakteristik; serta saat terutang PPN; definisi *threshold*; serta implementasi *split payment method* dan *blockchain system* dalam PPN.

BAB III METODE DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi metode yang digunakan penulis dalam melakukan pengumpulan data, gambaran umum objek penulisan yaitu perkembangan transaksi digital, serta pembahasan atas data yang telah dikumpulkan berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan.

BAB IV SIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya yang berbentuk narasi.