

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transaksi *online* merupakan sebuah terobosan baru dalam transaksi perekonomian, penjualan secara *online* merubah bagaimana perilaku masyarakat kita dalam bertransaksi barang atau keperluan sehari-hari. Masyarakat kini dapat dengan mudah membeli atau berjualan secara *online* melalui *marketplace online* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Perkembangan transaksi *online* terus berkembang terutama pada masa pandemi yang memaksa akselerasi perkembangan dunia digital. Perkembangan transaksi ini dapat kita lihat dari data Bank Indonesia yang telah diolah oleh lokadata (2021) yang menyatakan bahwa kenaikan transaksi *e-commerce* pada tahun 2020 tumbuh 23,11% yoy dari 205,5 triliun pada tahun 2019 menjadi 253 triliun pada tahun 2020, transaksi ini pada tahun 2020 masih didominasi oleh Shopee Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 37% lalu diikuti oleh Tokopedia dengan pangsa pasar sebesar 35% (Momentum Works, 2021).

Transaksi *online* yang terjadi di *e-commerce* saat ini didominasi oleh para anak muda yang berusia antara 18-35 tahun dengan kontribusi sebesar 85% dari total transaksi *e-commerce*, dimana produk *fashion* dan kecantikan merupakan pilihan utama mereka dengan presentasi mencapai 30% dan 16% dari jumlah

transaksi *e-commerce* (Muazam, 2020). Di daerah Bali, dengan mengambil data melalui Shopee menggunakan metode *web scraping*, penulis menemukan bahwa dari kategori *fashion* dan kecantikan terdapat 1.244 jumlah toko *star seller* dan *star seller+*. Label *star seller* tersebut menandakan bahwa setidaknya omzet toko mereka telah mencapai 50 juta rupiah perbulannya.

Jumlah toko-toko tersebut terus berkembang di seluruh Indonesia. Presiden Bukalapak Teddy Oetomo pada artikel katadata.co.id (2020) menyatakan bahwa dalam 7 bulan pertama tahun 2020 jumlah mitra Bukalapak meningkat sebanyak 3 juta mitra. Sejalan dengan itu, Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut Binsar Panjaitan juga mengatakan bahwa jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah bergabung ke *e-commerce* meningkat sebesar 6,5 juta sejak Mei 2020 - Juni 2021 (CNN Indonesia, 2021).

Perkembangan transaksi *marketplace* tersebut tentunya memberikan peluang baru bagi perpajakan di Indonesia. Bermunculannya usaha-usaha tersebut menciptakan objek pajak penghasilan berupa tambahan kemampuan ekonomi dari penghasilan penjualan di *marketplace*. Pajak Penghasilan dari Penjualan produk melalui *e-commerce* dikenakan Pajak penghasilan (PPh) yang tidak berbeda dengan transaksi konvensional, hal ini sesuai Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No 62 Tahun 2013. Oleh karena itu para penjual produk yang bertransaksi di *marketplace* memiliki kewajiban pajak yang sama dengan usaha perdagangan secara konvensional. Contohnya kewajiban mendaftarkan NPWP, melaporkan pajak, membayar pajak, dan kewajiban lain sesuai ketentuan Perpajakan.

Saat ini potensi pajak transaksi *online marketplace*, masih memiliki beberapa gap atau kekurangan dan tingkat kepatuhan yang rendah. Survei Kementerian Keuangan pada tahun 2014 menemukan bahwa 380 Wajib Pajak dari 1000 sampel pelaku *e-commerce* belum memiliki NPWP (Direktur Jenderal Pajak, 2014). Penelitian lain milik Nurgraheni (2016) juga menemukan bahwa dari 112 responden yang ia teliti terdapat 66,96% responden yang tidak memiliki NPWP, Faisol & Rofiqi (2020) mengamati bahwa ketidaktahuan informasi perpajakan karena kurangnya sosialisasi merupakan salah satu penyebab ketidakpatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Terlebih lagi, Perbedaan karakteristik antara usaha konvensional dan usaha *online marketplace* memerlukan metode pengungkapan penghasilan yang berbeda, dimana subjek dan objek pada transaksi jual beli *online* bersifat ambigu dan tidak transparan sehingga tidak mudah untuk ditelusuri bentuk transaksinya (Rosalinawati & Syaiful, 2018). Selain itu, kegiatan usaha *online* sulit untuk dilacak lokasinya dan sulit untuk terdeteksi sehingga tidak diketahui pemenuhan kewajibannya, Menurut Direktur Humas DJP banyak pengusaha *online* atau *e-commerce* yang tidak patuh membayar pajak baik PPh maupun PPN (Ariyanti, 2017). Hal ini terutama terjadi pada wajib pajak orang pribadi, karena tidak memiliki urgensi untuk memiliki NPWP ketika mereka melakukan usaha atas nama pribadi, lain halnya dengan badan dimana pendirian badan memerlukan syarat NPWP untuk pendiriannya. Selain itu, walaupun peraturan mengenai pemajakan *e-commerce* telah tersedia peraturan tersebut memiliki kekuatan hukum lemah yang hanya bersifat penegasan dan belum secara spesifik mengatur terkait pemajakan penghasilan penjualan *marketplace* (Rosalinawati & Syaiful, 2018). Kondisi ini

mengakibatkan pengenaan pajak *e-commerce* seharusnya berpedoman pada Undang-undang Pajak Penghasilan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis dalam hal ini tertarik untuk mendalami lebih lanjut mengenai bagaimana pelaksanaan pemajakan *e-commerce* bagi Orang Pribadi Usaha di bidang *Fashion* dan Kecantikan yang terjadi di masyarakat secara langsung, Maka dari itu penulis mengangkat judul “Tinjauan Pajak Penghasilan Orang Pribadi Pelaku *e-commerce* untuk usaha *fashion* dan produk kecantikan”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kepatuhan Pajak Penghasilan Wajib Pajak orang pribadi pelaku *e-commerce* usaha *fashion* dan produk kecantikan yang bertransaksi di *marketplace* ?
2. Bagaimana proses bisnis Wajib Pajak orang pribadi pelaku *e-commerce* usaha *fashion* dan produk kecantikan yang bertransaksi di *marketplace* ?
3. Bagaimana upaya KPP Pratama Sing araja dan Kanwil DJP Bali dalam meningkatkan penerimaan pajak dari pelaku usaha *fashion* dan produk kecantikan di *marketplace* ?
4. Bagaimana kendala yang dihadapi wajib pajak dan petugas pajak dalam penerapan PPh orang pribadi pelaku *e-commerce* usaha *fashion* dan produk kecantikan?

1.3 Ruang Lingkup

Pada penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup pokok pembahasan penelitian kepada pemenuhan kewajiban perpajakan wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha *fashion* dan produk kecantikan serta berjualan *online* pada *marketplace*. Penulis juga akan melakukan pendalaman mengenai proses bisnis beberapa subjek penelitian sehingga didapatkan gambaran lebih lengkap terkait pemenuhan kewajiban perpajakan serta potensi pajak lainnya. Pengambilan subjek dan objek penelitian akan dilakukan di Kota Singaraja Kabupaten Buleleng yang terletak di Provinsi Bali.

Pemilihan subjek penelitian berupa wajib pajak orang pribadi dilakukan karena wajib pajak orang pribadi yang melakukan usaha *online* memiliki jumlah yang banyak. Pemilihan usaha *fashion* dan kecantikan dilakukan karena produk *fashion* dan kecantikan merupakan pilihan utama dalam transaksi *e-commerce* (Muazam, 2020)

Pengumpulan data terkait upaya DJP dalam memajaki pelaku usaha *e-commerce* akan difokuskan kepada upaya yang telah dilakukan KPP Pratama Singaraja dan Kanwil DJP Bali. Hal ini sejalan dengan lokasi dari wajib pajak orang pribadi yang akan menjadi objek penelitian oleh penulis. Sehingga nantinya penulis dapat melakukan tinjauan terkait kondisi yang terjadi baik dari sisi petugas pajak dan juga dari sisi wajib pajak.

1.4 Manfaat Penulisan

Penulis berharap hasil dari tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dalam hal praktis maupun akademik.

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan akademis dalam ilmu pengetahuan terutama di bidang perpajakan terkait penerapan peraturan perpajakan kepada masyarakat secara langsung. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian terkait perpajakan di bidang *e-commerce*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemerintah Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang potensi pajak wajib pajak orang pribadi yang memiliki usaha dagang secara *online* pada *marketplace*. Penulisan ini dapat diharapkan dapat memberikan masukan terkait metode apa saja yang dapat dilakukan pemerintah untuk mengungkapkan dan memaksimalkan potensi pajak tersebut.
- b. Bagi masyarakat dengan membaca hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait tantangan yang dihadapi pemerintah ketika ingin memajaki para pelaku usaha yang bergerak melalui *e-commerce*. Tulisan ini juga diharapkan dapat memberikan informasi tentang sejauh mana penerapan pajak terhadap para pelaku usaha *e-commerce* di wilayah KPP Pratama Singaraja saat ini.

1.5 Sistematika Penulisan KTTA

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan menyajikan penjelasan-penjelasan konsep dan definisi, batasan penelitian, gambaran umum terkait Pajak Penghasilan Orang Pribadi serta bisnis *e-commerce* dan penelitian terdahulu yang telah dilakukan.

BAB III METODE DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum subjek hingga objek penelitian, jenis penelitian yang akan dilakukan, metode pengumpulan dan analisis data, sumber data yang nantinya akan diperoleh dan hasil analisis atas hasil yang telah didapatkan.

BAB IV SIMPULAN

Bab ini berisi mengenai simpulan atas hasil analisis, serta ringkasan pembahasan dari penelitian yang sudah dilakukan. Dalam bab ini berisi mengenai pernyataan singkat sebagai simpulan atas rumusan masalah yang telah ditentukan, serta disampaikan pula saran dari penelitian yang telah dilakukan.