

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan hasil studi Kusumawardhani dan Gunadi (2021), menurut perspektif pajak, *cashback* pada dompet elektronik di Indonesia dapat dikatakan sebagai penghasilan karena dapat menambah kemampuan ekonomis. Dengan berpedoman pada keten tuan yang berlaku, *cashback* merupakan penghasilan yang tidak perlu dipotong pajak penghasilan oleh pemberi *cashback* dan hanya dilaporkan oleh Wajib Pajak penerima *cashback* dalam SPT Tahunan. Biaya yang dikeluarkan untuk pemberian *cashback* merupakan biaya promosi yang berhubungan dengan kegiatan mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan sehingga biaya *cashback* dapat menjadi pengurang penghasilan bruto perusahaan dompet elektronik. Salah satu syarat agar biaya *cashback* dapat menjadi pengurang penghasilan bruto adalah perusahaan harus membuat daftar nominatif.

Terdapat beberapa hal yang wajib dicantumkan dalam daftar nominatif, salah satunya adalah data berupa nama dan NPWP penerima biaya promosi. Sedangkan perusahaan Fintech tidak dapat memenuhi kelengkapan daftar nominatif tersebut. Berdasarkan Pasal 14 Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/1/PBI/2014 tentang Perlindungan Konsumen Jasa Sistem Pembayaran, kerahasiaan data

dan/atau informasi konsumen wajib dijaga oleh penyelenggara. Oleh karena itu, perusahaan Fintech tidak dapat melengkapi data daftar nominatif dengan alasan menjaga kerahasiaan data para pengguna. Selain itu, perusahaan Fintech juga tidak dapat melengkapi data berupa NPWP karena pada aplikasi Fintech tidak terdapat fitur untuk memasukkan NPWP. Untuk perlakuan administrasi pajak penghasilan atas *cashback*, sistem pemungutan yang sesuai digunakan adalah *withholding tax*, yaitu pengguna aplikasi Fintech dipotong pajak penghasilan oleh perusahaan Fintech atas *cashback* yang diterima dari aplikasi Fintech. Kemudian, perusahaan Fintech akan menyetorkan hasil pemotongan PPh tersebut kepada negara. Mekanisme tersebut diterapkan dengan mempertimbangkan keadaan perusahaan Fintech. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa fokus studi Kusumawardhani dan Gunadi (2021) berupa analisis pajak penghasilan *cashback* yang diberikan oleh perusahaan Fintech di Indonesia.

Selanjutnya, hasil studi yang dilakukan oleh Wijaya dan Yerikho (2021) menjelaskan bahwa saat ini biaya *cashback* dalam penghitungan PPh Badan perusahaan dompet digital tidak dapat dibebankan karena tidak terdapat data mengenai NPWP maupun alamat pengguna dompet digital saat proses pendaftaran untuk menjadi pengguna aplikasi dompet digital, melainkan hanya terdapat data NIK yang diperoleh dari foto KTP yang diunggah oleh pengguna saat pendaftaran dan *upgrade* dompet digital. Oleh karena itu, perusahaan dompet digital tidak memungkinkan untuk membuat daftar nominatif secara lengkap.

## 2.2 Marketplace

*Marketplace* merupakan *website* atau aplikasi pada *smartphone* yang menghubungkan para penjual dan pembeli (Farley, 2019). Sedangkan Cambridge Dictionary (n.d.) mendefinisikan *marketplace* sebagai suatu tempat untuk menjual atau membeli beberapa barang atau jasa. Secara singkat, *marketplace* merupakan tempat terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli melalui internet. *Marketplace* memiliki keunggulan baik bagi pembeli maupun penjual (Farley, 2019). Keuntungan bagi pembeli antara lain menghemat waktu, mudah digunakan, lebih banyak barang dan/atau jasa yang dapat ditelusuri tanpa harus merasa kelelahan karena berjalan, harga lebih murah dengan kualitas yang sama seperti barang yang dijual secara *offline*, dan dapat dilakukan kapan dan di mana saja. Sedangkan manfaat *marketplace* bagi penjual antara lain menambah peluang untuk mendapatkan penghasilan.

Berikut contoh ilustrasi penjualan pada toko *offline* dan *marketplace*. Jung seorang penjual AC yang menjual AC di toko *offline* dan Tokopedia, kebetulan terdapat seorang pembeli bernama Jamal yang sedang membutuhkan AC di rumahnya. Namun, Jamal sedang berada di luar kota sehingga Jamal mencari produk AC yang diinginkannya pada *website* atau aplikasi Tokopedia. Jamal memilih untuk berbelanja di Tokopedia karena dikenal sebagai aplikasi yang dapat diandalkan dan menawarkan banyak promo. Tidak lama kemudian, Jamal menemukan AC yang dia inginkan dan AC tersebut dijual oleh Jung. Jamal pun langsung membeli AC tersebut dan menyelesaikan pembayaran. Dari ilustrasi tersebut, dapat dikatakan bahwa secara tidak langsung Tokopedia membantu

meningkatkan peluang Jung dalam memperoleh penghasilan karena tanpa menjual AC di Tokopedia, Jung hanya akan mendapatkan penghasilan dari toko *offline* miliknya saja yang belum tentu dapat dijangkau oleh banyak pembeli.

Melihat pada ilustrasi di atas, terdapat keuntungan lainnya bagi penjual yaitu meningkatkan utilisasi. Dengan berjualan di *marketplace*, penjual akan lebih mudah mendapatkan pembeli karena jangkauannya lebih luas. *Marketplace* dapat diakses di seluruh wilayah Indonesia sehingga masyarakat yang berada di Pulau X dapat membeli barang dari Pulau Y dan mengurangi biaya karena penjual tidak perlu membagikan brosur atau iklan di papan *billboard* untuk menarik para pembeli. Selain itu, penggunaan aplikasi atau *website marketplace* yang sederhana dan mudah juga merupakan keuntungan bagi para penjual.

### **2.3 Sudut Pandang Pajak Terhadap *Cashback***

Banyak negara menggunakan dua konsep sebagai pedoman dalam mengartikan penghasilan, yaitu *source concept* dan *accretion concept*. Penghasilan dalam *source concept* diartikan sebagai kesinambungan antara sumber penghasilan dan penghasilan itu sendiri. Penghasilan yang dimaksud tidak termasuk *capital gain*. Sedangkan *accretion concept* atau yang lebih dikenal dengan SHS (Schanz-Haig-Simons) *concept* menyatakan bahwa pengertian penghasilan dapat dipandang dari tambahan kemampuan ekonomis. Konsep penghasilan tersebut merupakan konsep penghasilan yang diadopsi Indonesia dalam mengartikan penghasilan. Konsep penghasilan di Indonesia dapat dilihat pada Pasal 4 ayat (1) UU PPh yang menyebutkan pengertian penghasilan sebagai setiap tambahan kemampuan ekonomis Wajib Pajak yang menambah kekayaan dalam bentuk dan

jenis apapun dan dapat dipakai untuk konsumsi baik yang berasal dari luar maupun dalam negeri, dalam hal ini Indonesia. Dengan demikian, sehubungan dengan *cashback* yang diterima oleh konsumen dapat diartikan sebagai penghasilan karena menambah kemampuan ekonomis penerima *cashback* dalam bentuk dan jenis apapun. Tambahan ekonomis tersebut dapat dilihat dari sifat *cashback* yang tidak mengurangi nilai transaksi yang dilakukan oleh pengguna, melainkan menambah saldo setelah pengguna melakukan transaksi. Saldo yang dimaksud dapat berupa uang, poin loyalitas, maupun dalam bentuk saldo lainnya yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran pada transaksi selanjutnya. Dengan melihat *cashback* dapat dikategorikan sebagai penghasilan, seharusnya *cashback* dapat dikenakan pajak penghasilan.

Dewasa ini, belum terdapat peraturan khusus yang jelas mengenai pajak *cashback*. Akan tetapi, terdapat ketentuan yang dapat dikaitkan dengan *cashback* yaitu Surat Edaran Nomor SE-24/PJ/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Imbalan yang Diterima Oleh Pembeli Sehubungan dengan Kondisi Tertentu dalam Transaksi Jual Beli dan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-11/PJ/2015 tentang Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Hadiah dan Penghargaan. Pada Surat Edaran Nomor SE-24/PJ/2018 dinyatakan bahwa *cashback* merupakan imbalan dalam bentuk penghargaan, yaitu bonus yang diberikan oleh penjual kepada pembeli dengan pemenuhan syarat dan ketentuan tertentu. Syarat dan ketentuan tertentu yang dimaksud yaitu pembelian dan/atau penjualan yang dilakukan oleh pembeli yang mencapai jumlah tertentu dan/atau pembeli melakukan pelunasan sesuai dengan jangka waktu tertentu. Surat edaran tersebut menyebutkan bahwa

atas penghargaan yang diperoleh pembeli sebagai konsumen wajib dipotong pajak penghasilan oleh penjual atau dengan kata lain penghargaan tersebut merupakan objek pajak penghasilan. Yang dimaksud pembeli dalam Surat Edaran Nomor SE-24/PJ/2018 adalah pihak yang akan menjual kembali barang yang dibeli, bukan konsumen atau pembeli akhir.

Seperti yang diketahui, terdapat *cashback* tanpa syarat dan ketentuan tertentu yang diterima oleh seluruh konsumen tanpa diundi juga terdapat *cashback* dengan syarat dan ketentuan tertentu, yaitu hanya konsumen yang memenuhi syarat dan ketentuan tersebut yang berhak untuk mendapatkan *cashback* yang dimaksud. Dalam hal ini, *cashback* dengan syarat dan ketentuan tertentu dapat dimasukkan ke dalam pengertian imbalan pada SE-24/PJ/2018. Akan tetapi, perlu diketahui bahwa Surat Edaran merupakan surat berupa pemberitahuan resmi pada suatu instansi, lembaga, atau organisasi yang ditujukan kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Selain itu, Surat Edaran tidak mempunyai kekuatan hukum yang mengikat melihat bahwa surat tersebut diterbitkan oleh pejabat tanpa suatu pedoman hukum yang berlaku di Indonesia. Kemudian, berdasarkan Pasal 4 ayat (1) dan (2) Nomor PER-11/PJ/2015, disebutkan bahwa hadiah yang diterima langsung oleh seluruh konsumen saat pembelian barang atau jasa tidak akan dilakukan pemotongan pajak penghasilan, hanya dilaporkan oleh Wajib Pajak penerima hadiah yang dimaksud dalam SPT Tahunan. Dalam hal ini, *cashback* dapat diartikan dengan hadiah sesuai dalam peraturan tersebut. *Cashback* yang dimaksud yaitu *cashback* yang diterima oleh seluruh konsumen tanpa syarat dan ketentuan tertentu.