

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Barang Kiriman *E-Commerce***

Melesatnya perkembangan dunia Informasi dan Teknologi telah mengubah cara bisnis manusia. Kini manusia sudah tidak perlu lagi keluar rumah dan memilih serta membeli barang di toko atau pusat perbelanjaan. Internet memungkinkan penggunanya melakukan jual-beli secara daring (dalam jaringan). Manusia hanya perlu menggunakan telepon genggam pintarnya (*smartphone*) untuk memilih, membeli, serta bertransaksi atas kegiatan jual-beli yang dilakukannya. Perdagangan yang dilakukan melalui internet biasa kita sebut dengan *electronic commerce* atau yang selanjutnya dapat disingkat dengan kata *E-Commerce*.

Masyarakat tidak bisa sepenuhnya mengandalkan barang-barang lokal karena Indonesia sendiri, seperti negara-negara lainnya, memiliki keterbatasan sumber daya. Menurut Rinaldy *et al.*, (2021), tidak ada negara yang dengan sumber dayanya sendiri dapat memenuhi seluruh kebutuhan dan permintaan masyarakatnya. Untuk memenuhinya, suatu negara perlu melakukan kegiatan perdagangan internasional. Secara definisi, yang dimaksud dengan perdagangan internasional adalah hubungan dalam bidang perniagaan yang dilakukan oleh dua

negara atau lebih. Hubungan perniagaan tersebut yang biasa kita dengar dengan sebutan ekspor dan impor (Rinaldy, Ikhlas, & Utama, 2021).

Menurut undang-undang nomor 17 tahun 2006, Impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean. Jadi, apabila masyarakat ingin membeli barang dari luar negeri, mereka harus melakukan kegiatan impor. Impor yang dilakukan menggunakan jasa perantara untuk pengurusan kewajiban kepabeanan biasa disebut dengan istilah Barang Kiriman.

### **2.1.1 Definisi *E-Commerce***

*Electronic Commerce* merupakan kata lain dari perdagangan elektronik dimana terjadi kegiatan penyebaran, jual-beli, pemasaran barang maupun jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, serta jaringan komputer lainnya. Seiring dengan tingginya penggunaan internet di Indonesia, perdagangan elektronik kini kebanyakan dilakukan dengan jaringan internet melalui aplikasi ataupun situs tertentu yang telah terafiliasi dengan toko atau penjual barang dan/atau jasa.

*Electronic Commerce* atau yang lebih sering disebut dengan *e-commerce* adalah suatu model bisnis yang dalam pelaksanaannya tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik (*Non-Fice*). Selain itu, sistem perdagangan yang digunakan dalam *e-commerce* juga dirancang untuk dapat menandatangani keseluruhan proses jual-beli mulai dari pembelian, pemeriksaan, hingga pengiriman secara elektronik (*Non-Sign*). Untuk kelancaran bisnis *e-commerce*, harus tersedia informasi yang benar dan akurat mengenai konsumen dan perusahaan (Anggaranie, 2017).

Andam (2003) membagi tipe atau model bisnis *e-commerce* menjadi 5 macam, yaitu:

1. *Business to business* (B2B), merupakan transaksi perdagangan elektronik antara perusahaan dengan perusahaan lain.
2. *Business to consumer* (B2C), merupakan transaksi perdagangan elektronik antara suatu perusahaan dengan konsumennya.
3. *Business to government* (B2G), merupakan model transaksi elektronik antara perusahaan dengan sektor publik atau pemerintah.
4. *Consumer to consumer* (C2C), merupakan model transaksi perdagangan elektronik antara individu dengan konsumen. Model ini dapat diidentifikasi dengan berkembangnya pasar online (online marketplace) dan lelang online (*online auction*).
5. *Mobile commerce* (*m-commerce*), merupakan model transaksi elektronik dengan memanfaatkan teknologi nirkabel (seperti telepon seluler) untuk melakukan pembelian dan penjualan barang dan jasa (Andam, 2003).

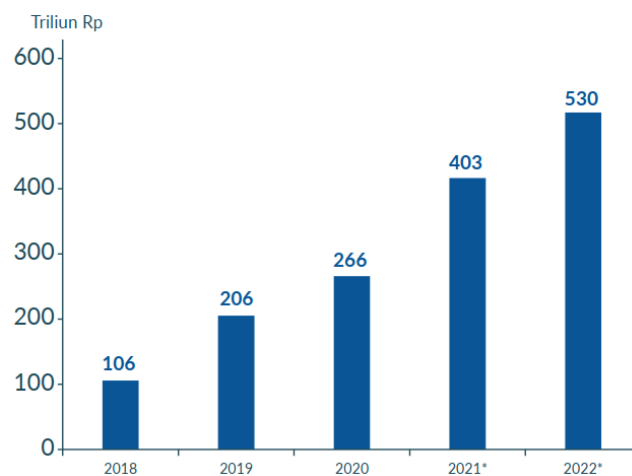
### **2.1.2 Pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia**

Media internet semakin merajalela. Untuk mengikuti tren tersebut, pemilik usaha turut serta dalam memarakan perdagangan secara digital. Menurut survei yang dilakukan oleh APJII (2019), pada tahun 2019 pengguna internet meningkat cukup signifikan hingga 64,8% dari tahun sebelumnya . Para pengusaha turut ikut menggunakan media internet untuk memasarkan produknya sehingga dapat dilihat masyarakat luas. *E-Commerce* merupakan salah satu hal yang menjadi sebab tingginya minat masyarakat dalam menggunakan media internet. Berbagai kemudahan ditawarkan melalui *e-commerce* serta menjadi pengalaman berbelanja baru bagi masyarakat.

Menurut Maulana *et al.* (2021), salah satu penyebab dari berkembangnya *e-commerce* beberapa tahun terakhir ini adalah karena adanya pandemi COVID-19 yang memaksa masyarakat untuk tidak keluar rumah. Pandemi ini mengharuskan masyarakat untuk tidak melakukan transaksi secara langsung terlebih dahulu dan beralih menggunakan *platform e-commerce*. Hal ini ditujukan sebagai bentuk pencegahan terhadap penularan virus COVID-19. Selain itu, adanya kebijakan *stay at home* yang digalakkan oleh pemerintah membuat masyarakat terbiasa menggunakan jasa *e-commerce* untuk menaati peraturan tersebut sembari memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Maulana, *et al.*, 2021).

Pada pertemuan tahunan Bank Indonesia 2021, disampaikan bahwa transaksi *e-commerce* pada tahun 2021 diperkirakan tumbuh 51,6% hingga mencapai nilai Rp403 triliun. Selanjutnya, pada 2022 diprediksi mampu mencapai Rp530 triliun atau tumbuh hingga 31,4% dari tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan tingginya optimisme pemerintah terkait perkembangan dan kemajuan *e-commerce* di Indonesia.

Gambar II. 1 Perkembangan E-Commerce



Sumber: Bank Indonesia 2021

### 2.1.3 Penyedia *Platform Marketplace*

Menurut Perdirjen BC No. PER-02/BC/2020, Penyedia *Platform Marketplace* adalah pihak baik orang pribadi, badan, maupun Bentuk Usaha Tetap yang bertempat tinggal atau bertempat kedudukan atau memiliki kegiatan usaha di dalam daerah pabean yang menyediakan *Platform* berupa *Marketplace*.

*Marketplace* tercipta karena pesatnya perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi dan internet seakan tidak pernah berhenti. Dengan menggunakan *marketplace*, pemilik usaha dapat menampilkan produk yang dijualnya tanpa perlu repot-repot dalam membuat sistem (Yustiani & Yunanto, 2017). Seiring berkembangnya teknologi, kini beberapa *marketplace* juga menyediakan pelayanan ekspor dan impor. Contoh *marketplace* terkenal di Indonesia yang menyediakan layanan ekspor-impor adalah *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Lazada*.

*Shopee* dan *Tokopedia* adalah contoh *M-Marketplace* yang memiliki model bisnis *Consumer to Consumer* (C2C) dimana mereka menghubungkan perdagangan antara individu dengan pembeli. Berbeda dengan *Lazada* dan *Blibli* yang memberikan layanan ritel dengan model bisnis *Business to Consumer* (B2C).

Dalam Perdirjen BC No. PER-02/BC/2020 diberikan definisi-definisi terkait *Platform Marketplace*, diantaranya:

1. Wadah elektronik yang selanjutnya disebut *platform* adalah wadah berupa aplikasi, situs web, dan /atau layanan konten lainnya berbasis internet yang digunakan untuk transaksi dan/atau fasilitasi perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*).

2. Pasar elektronik yang selanjutnya disebut *marketplace* adalah sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi yang ditujukan untuk melakukan kegiatan usaha perdagangan secara elektronik.
3. Penyedia wadah pasar elektronik yang selanjutnya disebut penyedia *platform marketplace* adalah pihak baik orang pribadi, badan, maupun bentuk usaha tetap yang bertempat tinggal atau bertempat kedudukan atau memiliki kegiatan usaha di dalam Daerah Pabean yang menyediakan platform berupa *marketplace*.
4. Barang kiriman *e-commerce* adalah barang kiriman yang transaksi perdagangannya dilakukan melalui Penyedia *platform marketplace* yang terdaftar pada Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.

## **2.2 Penyelenggara Pos dan Perusahaan Jasa Titipan**

Impor barang kiriman diatur pada PMK No. 199/PMK.010/2019 tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak Atas Impor Barang Kiriman. Dalam pasal 2 peraturan tersebut, dijelaskan bahwa impor barang kiriman dilakukan melalui penyelenggara pos yang terdiri dari penyelenggara pos yang ditunjuk dan Perusahaan Jasa Titipan (PJT). Penyelenggara Pos bertanggung jawab atas kewajiban membayar bea masuk, cukai, dan/atau pajak dalam rangka impor terkait dengan impor barang kiriman. Jadi, meskipun barang dibeli melalui *marketplace*, yang bertanggung jawab atas kewajiban-kewajiban impor tetap penyelenggara pos. Biasanya, PJT akan bekerja sama dengan *marketplace* tertentu untuk pelimpahan tanggung jawab impor ke tangan PJT, sehingga PJT ini disebut dengan PJT *e-commerce*.

### **2.2.1 Perusahaan Jasa Titipan**

Untuk mendapatkan izin menjadi Perusahaan Jasa Titipan (PJT), perusahaan terkait harus mengajukan permohonan sebagaimana diatur dalam pasal 5 PMK No. 199/PMK.010/2019 dan mendapatkan persetujuan dari Kepala Kantor Pabean tempat pemenuhan kewajiban pabean. Permohonan tersebut dikirimkan dengan melampirkan izin penyelenggaraan pos, bukti persetujuan untuk dapat melakukan akses kepabeanan sebagai Pengusaha Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK), bukti penetapan Tempat Penimbunan Sementara (TPS), daftar sarana dan prasarana di TPS, diagram alur yang memuat rencana sistem pergerakan barang di dalam TPS, denah (layout) TPS termasuk detail pembagian ruangan di dalam TPS, serta yang terakhir yaitu format permohonan sebagaimana tersebut di atas diatur dalam Lampiran Huruf C Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak Atas Impor Barang Kiriman.

Terhadap permohonan tersebut, kepala kantor pabean akan melakukan berbagai penelitian sebagaimana diatur dalam PMK terkait paling lama lima (5) hari kerja, terhitung sejak hasil konfirmasi diterima. Kemudian, kepala kantor mengeluarkan persetujuan ataupun penolakan terhadap permohonan tersebut. Persetujuan diterbitkan dalam bentuk Surat Keputusan Kepala Kantor Pabean dengan format sebagaimana Lampiran Huruf D PMK No. 199/PMK.010/2019. Sedangkan penolakan disampaikan dengan surat pemberitahuan penolakan disertai dengan alasannya.

PJT yang telah mendapatkan persetujuan harus menyerahkan jaminan tunai, jaminan bank, atau *Customs Bond* kepada Kepala Kantor Pabean. Jumlah jaminan

tersebut ditetapkan oleh Kepala Kantor berdasarkan pertimbangan jumlah pembayaran Bea Masuk dan/atau PDRI dalam jangka waktu tiga hari.

### **2.3 Penyelesaian Pabean Impor Barang Kiriman *E-Commerce***

PMK No. 199/PMK.010/2019 dan Perdirjen BC No. PER-02/BC/2020 mengatur berbagai definisi terkait impor barang kiriman, diantaranya:

1. Impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam Daerah Pabean. Termasuk di dalamnya adalah memasukkan barang melalui mekanisme barang kiriman.
2. Barang Kiriman adalah barang yang dikirim melalui Penyelenggara Pos sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pos.
3. Perusahaan Jasa Titipan (PJT) adalah Penyelenggara Pos yang memperoleh izin usaha dari instansi terkait untuk melaksanakan layanan surat, dokumen, dan paket sesuai peraturan perundang-undangan di bidang pos.
4. Pemberitahuan Impor Barang (PIB) adalah pemberitahuan pabean untuk pengeluaran barang impor yang diimpor untuk dipakai.
5. Pemberitahuan Impor Barang Khusus (PIBK) adalah pemberitahuan pabean untuk pengeluaran barang impor tertentu yang dikirim melalui Penyelenggara Pos.
6. *Consignment Note* adalah dokumen dengan kode CN-22/CN-23 atau dokumen sejenis yang merupakan dokumen perjanjian pengiriman barang antara pengirim barang dengan Penyelenggara Pos untuk mengirimkan Barang Kiriman kepada Penerima Barang.



7. *Delivery Duty Paid* (DDP) adalah penyertaan bea masuk dan/atau PDRI dalam harga barang yang tercantum pada *Platform*.

### **2.3.1 Ketentuan Bea Masuk dan PDRI**

Aturan mengenai Bea Masuk diatur pada PMK No. 199/PMK.010.2019, sedangkan aturan mengenai PDRI yang diantaranya meliputi PPN dan PPnBM serta PPh diatur dalam dua aturan yang berbeda. PPN dan PPnBM diatur pada Undang-Undang No.42 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah pasal 7 dan 8. Sedangkan untuk PPh diatur pada Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 Tentang Pajak Penghasilan pada pasal 22.

Aturan bea masuk dan PDRI suatu barang berbeda-beda tergantung dari jenis barang, jumlah barang, hingga nilai barang yang diimpor.

1. Untuk setiap impor barang kiriman yang nilai pabeannya tidak melebihi FOB USD3,00 membebaskan Bea Masuk dan tidak dipungut PPh. Namun dibebankan tarif PPN 10%.
2. Untuk impor barang kiriman yang menurut CN nilai pabeannya melebihi FOB USD3,00 namun di bawah USD1.500, atas barang tersebut dikenakan:
  - a. Bea Masuk dengan tarif 7,5%, Kecuali untuk barang dari kode HS 61,62,63,64 (produk tekstil dan alas kaki) dan dari kode HS 4204 (tas) dikenakan tarif Bea Masuk Umum atau MFN (*Most Favourable Nation*); untuk barang dari kode HS 4901,4902,4903, dan 4904 (buku) yang dibebaskan bea masuk

- b. Tarif PPN 10%
  - c. Tidak dipungut PPh
3. Untuk impor barang kiriman yang memiliki nilai FOB di atas USD1.500 harus diberitahukan dengan PIB untuk badan usaha dan PIBK untuk perseorangan. Atas impor barang kiriman tersebut dikenakan Bea Masuk, PPN dan/atau PPnBM mengikuti tarif Bea Masuk Umum atau MFN seta mendapat pembebanan PPh impor sebesar 0,5% - 10% tergantung dari jenis barang yang diimpor sebagaimana aturan pungutan PPh pasal 22 yang telah pada PMK No. 110/PMK.010/2018.
  4. Untuk setiap penerima barang per kiriman, impor barang kiriman yang merupakan Barang Kena Cukai diberikan pembebasan cukai dengan jumlah maksimal 40 (empat puluh) batang rokok, 5 (lima) batang cerutu, dan 40 (empat puluh gram) tembakau iris atau hasil tembakau lainnya, serta 350 (tiga ratus lima puluh) mililiter minuman beralkohol. Apabila terdapat kelebihan, atas kelebihannya akan dimusnahkan.

### **2.3.2 Ketentuan Larangan dan Pembatasan**

Menurut PMK No. 141/PMK.04/2020 tentang Pengawasan Terhadap Impor atau Ekspor Barang Larangan dan/atau Pembatasan, suatu barang disebut barang lartas (dilarang dan/atau dibatasi) merupakan jenis barang yang tercantum dalam peraturan menteri teknis terkait yang pengawasannya dilakukan oleh bea dan cukai. Aturan lartas diterbitkan oleh instansi teknis terkait yang telah menetapkan peraturan impor dan ekspor lartas dan menyerahkan peraturan tersebut pada Menteri Keuangan.

DJBC menurut salah satu fungsinya yaitu *Community Protector*, memiliki tanggung jawab dan wewenang untuk mengontrol dan mengawasi komoditas lartas yang diimpor dan diekspor. Untuk memenuhi tanggung jawab tersebut, dalam melakukan pemeriksaan impor barang kiriman dan didapati barang yang datang merupakan barang lartas, maka atas barang tersebut harus dipastikan telah dipenuhi kewajiban izin pembatasannya (bila dibatasi) atau disita apabila barang tersebut barang yang dilarang impor.

Menurut pasal 53 ayat (3) Undang-Undang No. 17 Tahun 2006 Tentang Kepabeanan, barang yang termasuk kategori larangan dan pembatasan yang tidak memenuhi ketentuan impor ataupun ekspor dan sudah diberitahukan dengan pemberitahuan pabean, atas permintaan importir atau eksportir barang tersebut dapat diekspor kembalim, dibatalkan ekspornya, ataupun dimusnahkan. Menurut ayat (4) peraturan tersebut juga menyebutkan bahwa barang larangan dan pembatasan yang tidak diberitahukan atau diberitahukan secara tidak benar dinyatakan sebagai Barang Dikuasai Negara atau berdasarkan ketentuan lain.

### **2.3.3 Waktu Yang Diperlukan Dalam Proses Pengeluaran Impor Barang**

#### ***Kiriman E-Commerce***

Prosedur melakukan impor Barang Kiriman pada umumnya sama dengan melakukan impor biasa yaitu sarana pengangkut yang menyerahkan manifest yang berisi daftar barang apa saja yang dibawa oleh sarana pengangkut kepada pejabat Bea Cukai untuk diberikan nomor pendaftaran, manifest ini atau yang biasa disebut dokumen BC 1.1 digunakan sebagai dokumen pelengkap untuk melakukan bongkar barang yang selanjutnya ditimbun di gudang PJT. Manifest ini wajib dilaporkan

oleh sarana pengangkut yang datang dari luar Daerah Pabean ke dalam Daerah Pabean.

Kemudian, ketika barang sudah sampai di gudang PJT, PJT tersebut harus menyampaikan dokumen pemberitahuan barang ke kantor Bea Cukai yang mengawasi. Dokumen pemberitahuan barang untuk barang kiriman ada tiga jenis yang memiliki kriteria tertentu dalam pemakaiannya yaitu *Consignment Note* (CN), Pemberitahuan Impor Barang (PIB), dan Pemberitahuan Impor Barang Khusus (PIBK)

Setelah dokumen diterima oleh kantor Bea Cukai, selanjutnya pegawai Bea Cukai akan melakukan pemeriksaan barang dan penelitian dokumen atas impor barang kiriman tersebut. Peneliti dokumen akan menerbitkan NPD (Nota Permintaan Dokumen) kepada importir apabila terdapat barang lartas dan importir merespon permintaan tersebut dengan melakukan pengurusan dokumen lartas (apabila belum memiliki dokumen). Setelah selesai, peneliti dokumen akan menentukan dan menetapkan tarif dengan diterbitkannya SPPBMCP atau SPTNP. Barang baru bisa dikeluarkan setelah PJT atau importir melakukan pelunasan atas tarif Bea Masuk yang PDRI yang telah ditetapkan.

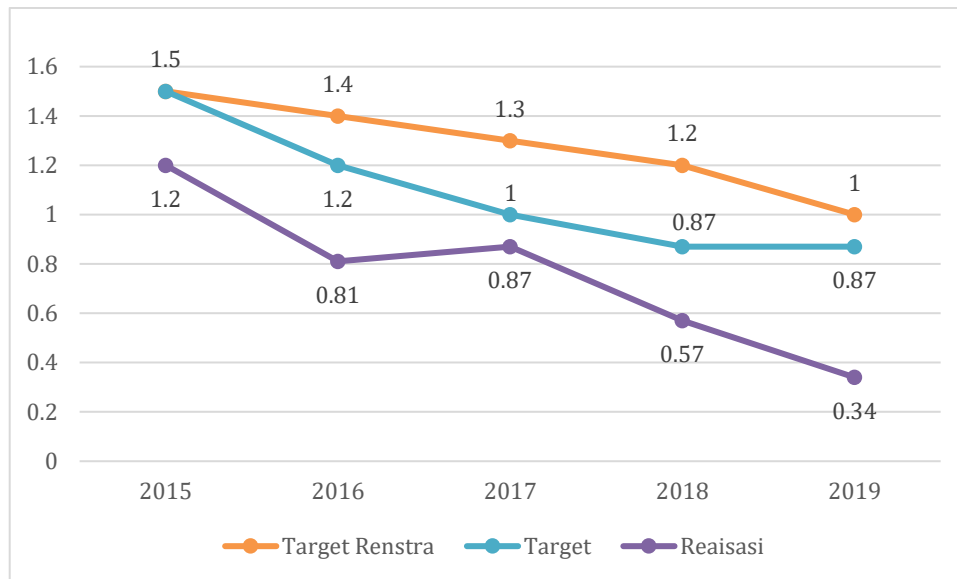
Setiap tahap yang dilalui dalam proses pengeluaran impor barang kiriman memiliki hambatan yang berbeda-beda sehingga membuat waktu penyelesaiannya pun beragam. Dalam beberapa kasus barang yang diimpor tidak kunjung dikeluarkan dan menyebabkan lamanya waktu penyelesaian impor barang kiriman. Salah satu tahap dalam proses pengeluaran impor barang kiriman adalah proses kepabeanan (*Customs Clearance*). Proses kepabeanan adalah proses pemenuhan

kewajiban kepabeanan pada impor barang kiriman. DJBC adalah pihak yang berwenang dalam pengurusan proses kepabeanan.

Untuk mengukur waktu penyelesaian proses kepabeanan, DJBC telah membuat tolak ukur berupa Indeks Kinerja Utama (IKU) yang merekam rata-rata waktu proses penyelesaian kepabeanan dari bongkar kontainer/peti kemas dari sarana pengangkut hingga keluar dari pelabuhan (*Dwelling Time*). Namun, mulai tahun 2020, DJBC sudah tidak menuliskannya pada Laporan Kinerja DJBC melainkan dilakukan secara *mandatory* oleh Direktorat Teknis Kepabeanan dan beberapa Kanwil, KPU, dan juga KPPBC yang membawahi pelabuhan besar.

Pada Laporan Kinerja DJBC tahun 2019, target dari IKU Waktu Penyelesaian Proses Kepabeanan adalah 0,87 hari dan pada tahun tersebut terealisasi rata-rata waktu penyelesaian proses kepabeanan selama 0,34 hari. Bahkan sejak tahun 2015-2019 realisasi penyelesaian *Customs Clearance* selalu di bawah target yang dibuat pada tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan keberhasilan DJBC dalam mempercepat proses kepabeanan

Gambar II. 2 Target dan Realisasi Customs Clearance Time Tahun 2015-2019



Sumber: Laporan Kinerja DJBC Tahun 2019

Berdasarkan *Time Release Study for Singapore (2020)* yang dilaporkan oleh *Singapore Customs*. Di Singapura, waktu rata-rata yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan impor sejak *docking* hingga *gate-out* adalah 7 jam, 27 menit dan 55 detik atau sekitar 0,3 hari. Pada laporan tersebut terdapat pula perhitungan *Trade Transaction Cost (TTC)* menggunakan *Dwelling Time*. Tiap-tiap tahap memiliki rata-rata waktu yang berbeda-beda.

1. *Pre-Clearance Dwell Time* adalah perhitungan waktu ketika agensi pemerintahan melakukan persetujuan atas perizinan yang diajukan oleh importir melalui aplikasi. Rata-rata waktu persetujuan yang dilakukan oleh *Customs* pada aplikasi *TradeNet* adalah 10 menit.
2. *Customs Clearance Dwell Time* adalah perhitungan waktu ketika kontainer dipindahkan ke gudang penyimpanan untuk dilakukan penyelesaian kewajiban kepabeanan tanpa menghitung lama waktu penyimpanan. Rata-

rata waktu yang diperlukan dalam penyelesaian tahap ini adalah 9 menit dan 23 detik.

3. *Post-Clearance Dwell Time* adalah perhitungan waktu sejak barang telah menyelesaikan kewajiban kepabeanan dan kontainer dipindahkan ke *gate-out*. Rata-rata waktu yang diperlukan dalam penyelesaian tahap ini adalah 4 menit dan 54 detik (Singapore Customs, 2021).