

Problematika Penerapan Aspek Perpajakan Dalam Transaksi E-Commerce Antar Negara

Rizqi Chandra Ramadhan, Nuridin, Tyas Vika Widyastuti

Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal

Email: rizqichandra1@gmail.com

Abstract

A country is in dire need of taxes therefore taxes are regulated in the Law of a country. Setting taxes for E-commerce is something that is needed today because the increasing development of E-commerce has changed conventional trading patterns. This study aims to (1) To determine tax regulations on E-commerce transactions between countries, (2) To examine how taxes are applied in E-commerce transactions between countries. This type of research is literature research (library research) through statute approach and conceptual approach, research is a data collection technique by collecting data, both primary and secondary legal materials, classified according to the legal issues to be discussed. Analyzed by data collection methods in the form of observation and communication, through literature studies researchers collect various related references, both in the form of books, documents, journals, print and electronic media that have a correlation with the problem under study. Based on the results of this research, it is hoped that it will be a material for information and input for students, academics, practitioners, and all parties in need within the Faculty of Law, Universitas Pancasakti Tegal.

Keywords: *E-Commerce Tax, E-Commerce Between Countries*

Abstrak

Suatu negara sangatlah membutuhkan pajak oleh sebab itu pajak diatur dalam Undang-Undang suatu negara. Penetapan pajak untuk E-commerce merupakan hal yang sangat dibutuhkan saat ini dikarenakan perkembangan E-commerce yang kian meningkat telah mengubah pola perdagangan yang konvensional. Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui regulasi pajak terhadap transaksi E-commerce antar negara, (2) Untuk mengkaji bagaimana penerapan pajak dalam transaksi E-commerce antar negara. Jenis penelitian adalah penelitian kepustakaan (library research) melalui pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan Konseptual (conceptual approach), teknik pengumpulan datanya dengan cara mengumpulkan data baik bahan hukum primer maupun bahan sekunder di klasifikasikan sesuai isu hukum yang akan dibahas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Indonesia telah memiliki aturan secara genera mengenai

pajak untuk subjek pajak luar negeri, sehingga apabila terdapat pelaku usaha e-commerce antar negara yang memiliki sumber yang berasal dari negara Indonesia maka pelaku usaha e-commerce antar negara tersebut dapat dikatakan wajib pajak luar negeri dengan kualifikasi pasal 26 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan informasi dan masukan bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, dan semua pihak yang membutuhkan di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal.

Kata Kunci : *Pajak E-Commerce, E-Commerce Antar Negara*

Pendahuluan

Suatu negara sangatlah membutuhkan pajak oleh sebab itu pajak diatur dalam Undang-Undang suatu negara. Tidak bisa terbantahkan bahwasanya semua negara pasti membutuhkan pajak dan di Indonesia sendiri pajak diatur didalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 dalam Pasal 1 angka 1 yang menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Pajak menekankan dengan melihat dari berapa besarnya hasil pemasukan bagi kas negara. Sebagai sumber pemasukan bagi kas negara, pajak memiliki arti yang sangat penting. Apabila diperhatikan, rasio dari hasil pemungutan pajak ini untuk keuangan negara cenderung meningkat, meskipun harus diakui pula bahwa sebenarnya masih ada kemungkinan terjadinya tax loss. Tax loss adalah laba atau rugi selama satu periode yang dihitung berdasarkan peraturan perpajakan dan yang menjadi dasar penghitungan pajak penghasilan (Butar & Richard, 2021).

Globalisasi zaman telah membuka celah bagi negara-negara untuk saling bekerjasama dalam membangun dan memajukan negara, hal inipun seiringan dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih dengan keberadaan internet yang dewasa ini merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia, yang hal ini pula telah mengubah pola perilaku para pelaku usaha dalam bertransaksi/ berdagang. Kecanggihan teknologi ini semakin mengalami kompleksitas dalam kepastian hukumnya, sehingga adanya kekosongan hukum untuk mengatur jalannya sirkulasi transaksi dagang dalam *E-Commerce* ini (Nurdianita, 2019)..

Kehadiran dan kemajuan teknologi internet ini telah membuka celah bagi para pengembangan untuk membantu dan menyelesaikan keluhan masyarakat sehingga internet ini sangat berguna dan tidak dapat ditutup atau dihindari oleh negara Indonesia, dimana setiap negara pun

mengalami hal yang sama, kemajuan teknologi ini membuat banyak norma hukum yang sebelumnya tidak ada dibentuk agar kemajuan teknologi tersebut diatur oleh peraturan dan mempunyai kepastian hukum yang dapat menjadi jaminan bagi masyarakat dalam transaksi elektronik tersebut (Candra, 2019)

Indonesia selaku negara yang mengikuti dan tidak tertutup dari berbagai kemajuan didunia telah disusupi dengan kemajuan dibidang bisnis. Dalam bidang bisnis di Indonesia sendiri pun telah terpengaruh dengan kemajuan global yakni penggunaan internet dalam transaksi jual beli. Perdagangan yang disebut sebagai *E- commerce* itu sendiri telah merasuki bidang perdagangan yang bukan hanya merubah praktik perdagangan namun pula telah merubah ekosistem keuangan negara saat ini. Kalau dicermati bersama nilai transaksi bisnis *E- commerce* secara global telah mencapai 1,25 triliun dolar AS pada tahun 2013. Wilayah regional Asia Tenggara menjadi sebuah gambaran kesuksesan era modern. Telah diramalkan bahwa kesuksesan dari penggunaan *E-commerce* pada tahun 2030 dapat mencapai 64% dan dapat memakmurkan kelas menengah yang terdapat di sekitar negara Asia (Felicia, Moursalien, 10 Trends That Will Shape Southeast Asian E-Commerce In 2015).

Perlu diwajibkan pajak terhadap para pelaku usaha dalam transaksi *E- commerce* agar dapat membuahkan hasil yang dapat membantu perekonomian negara, dikarenakan banyaknya transaksi yang dilakukan dalam teknologi tersebut dan banyaknya *E- commerce* yang telah menjarah masuk dalam lingkup ruas pabean negara Indonesia yang selayaknya memang harus dikenakan pajak. Bahkan pada tahun 2018 ini saja perusahaan Alibaba telah berniat dan mempunyai rencana untuk mengekspansi perusahaan mereka ke negara Indonesia untuk dijadikan pasar yang sangat pesat bagi kemajuan dari perusahaan starup ini.

Kalau dilihat dari perkembangannya, kemajuan teknologi yang menjarah sampai ke dalam perdagangan merupakan kemajuan yang telah memberikan kepuasan dan kemudahan bagi para penggunaannya, dimana perusahaan seperti *Amazon* dan *London-based ASOS* telah memperhitungkan Asia Tenggara seperti Singapura, Thailand, dan Indonesia sebagai pertumbuhan pasar tercepat di Asia oleh karenanya hal ini vital untuk kemajuan bisnis agar dapat menyesuaikan permintaan konsumen dan membuat kegiatan belanja menjadi lebih baik.

Indonesia, dimana masyarakatnya telah menemukan kemudahan dan kenyamanan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* (elektronik konvensional atau perdagangan elektronik), membuat transaksi perdagangan konvensional turun secara signifikan. Data Pertumbuhan Nilai Transaksi *e-commerce* di Indonesia menunjukkan pada tahun 2011 sebesar Rp. 13,5 triliun. Nilai tersebut terus merangkak

naik menjadi 47 Triliun pada tahun 2015, Rp 75 triliun pada tahun 2016, dan diproyeksikan pada tahun 2018 menjadi Rp 102 triliun. Pada tahun 2019 Rp. 206 triliun, tahun 2020 nilai *e-commerce* naik 29,13% menjadi 266 triliun. Kemudian nilai transaksi *e-commerce* ditaksir sebesar Rp 403 triliun pada tahun 2021. Nilai tersebut meningkat 51,6% dibandingkan pada tahun sebelumnya. Bank Indonesia (BI) memperkirakan, transaksi lokapasar daring atau *e-commerce* di Indonesia akan semakin besar pada tahun 2022, nilainya diproyeksikan tumbuh 31,4% mencapai Rp 530 triliun pada tahun ini (Alif, 2022). Hal ini pun semakin diperkuat manakala penggunaan internet.

Penetapan pajak untuk *E-commerce* merupakan hal yang sangat dibutuhkan saat ini dikarenakan perkembangan *E-commerce* yang kian meningkat telah mengubah pola perdagangan yang konvensional menjadi perdagangan melalui internet atau media sosial, kalau dilihat secara data saja dalam transaksi *E-commerce* melalui salah satu perusahaan *E-commerce* yakni Tokopedia saja terdapat 1,3 juta merchant, dan Bukalapak mencapai 2,2 juta merchant yang apabila kita sebagai pemasukan negara berupa pajak baik PPh atau PPN maka hal ini merupakan hal yang dapat menguntungkan untuk meningkatkan perekonomian negara (Media Keuangan, 2018). Berdasarkan latar belakang yang telah tertera maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Problematika Penerapan Aspek Perpajakan Dalam Transaksi *E-Commerce* Antar Negara”.

Tinjauan Pustaka

Berdasarkan beberapa judul penelitian yang pernah diangkat oleh peneliti sebelumnya, ada beberapa judul yang hampir mendekati sama dengan penelitian dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

Fauzzy Kartika Candra Dewi (2019), Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2019, yang berjudul “Pungutan Pajak Perdagangan Melalui Elektronik (*E-Commerce*) Antar Negara Berdasarkan Hukum Perpajakan Di Indonesia” Dalam Skripsi ini dipaparkan pungutan pajak perdagangan melalui elektronik (*E-commerce*). Persamaan antara skripsi ini dan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang perpajakan dalam transaksi elektronik (*E-commerce*) (Candra, 2019).

Adimas Ardhiyoko (2019), skripsi Universitas Narotama, Tahun 2019 yang berjudul “Penerapan Pajak *E-commerce* Di Indonesia” Dalam Skripsi ini dijelaskan bagaimana penerapan pajak *e-commerce* di Indonesia. Persamaan antara skripsi ini dan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang penerapan pajak *e-commerce*, sedangkan perbedaan dengan skripsi yang akan penulis bahas adalah jika pada skripsi ini

objeknya adalah Pajak *e-commerce* di Indonesia namun pada skripsi penulis objeknya adalah pajak *e-commerce* antar negara.

Muhammad Najib Ridho (2021). Skripsi Universitas Indonesia, Tahun 2021, yang berjudul “Pengenaaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Transaksi *E-Commerce*.” Dalam Skripsi ini dipaparkan bagaimana pengenaan pajak pertambahan pada transaksi elektronik (*E-commerce*). Persamaan antara skripsi ini dan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang pajak pada elektronik (*E-commerce*), sedangkan perbedaan dengan skripsi yang akan penulis bahas adalah jika pada skripsi ini objeknya adalah pengenaan pajak pertambahan namun pada skripsi penulis objeknya adalah penerapan aspek pajak pada transaksi elektronik (*E-commerce*).

Pembeda penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian sebelumnya ini adalah dimana penelitian lain lebih mengarah terhadap aspek penerapan pajak *e-commerce* dan juga lebih focus membandingkan pertambahan pajak pada transaksi elektronik (*E-commerce*). Dalam penelitian ini akan menjelaskan berbagai kasus yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* yang menjadi permasalahan baru dalam lingkungan perdagangan dan menjelaskan bagaimana regulasi pajak terhadap transaksi elektronik dan menjelaskan penerapan pajak dalam transaksi *E-commerce* antar negara.

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kepustakaan merupakan jenis penelitian (*library research*) sekaligus memanfaatkan sumber daya perpustakaan untuk mendapatkan data penelitian. Dalam arti kata yang lebih sempit, penelitian perpustakaan membatasi kegiatannya hanya pada bahan perpustakaan tanpa penelitian lapangan (Zed, 2008).

Objek penelitian yang dikaji penelitian terfokus pada literatur (kepustakaan) berupa buku-buku, peraturan perundang-undangan, dokumen-dokumen, baik dokumen cetak maupun elektronik. Penelitian ini dilakukan hanya kepada peraturan-peraturan tertulis, studi dokumen yang dilakukan bersifat sekunder yang didapat dari perpustakaan.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Normatif. Pendekatan Normatif adalah meninjau permasalahan hukum secara normatif (boleh atau tidak boleh menurut hukum yang berlaku) (Hamzani, 2021). Tapi satu hal yang pasti dalam tjiujuan hukum normatif, itu adalah penggunaan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Penelitian hukum

yang sah secara logis didasarkan pada penelitian yang dilakukan dalam bahan hukum yang ada (Efendy & Ibrahim, 2018).

- a. Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*), mengingat peneliti berusaha menganalisis beberapa peraturan perundang-undangan sebagai fokus penelitian, yakni Pasal 26 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan.
- b. Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*), mengingat peneliti berusaha menemukan konsep yang sesuai dalam pengaturan terkait Hukum Perpajakan Di Indonesia.
- c. Pendekatan Komparatif (*Comparative Approach*)

Pendekatan komparatif ini dilakukan dengan membandingkan aturan negara Indonesia dengan satu negara lain atau lebih tentang hal yang sama. Peneliti juga dapat membandingkan putusan pengadilan di beberapa negara dengan kasus yang sama.

Fungsi dari penelitian hukum dengan pendekatan komparatif ini yakni untuk mendapatkan persamaan dan perbedaan di antara undang-undang tersebut. Kemudian, perbedaan tersebut untuk menjawab isu antara ketentuan undang-undang dengan folosofi yang melahirkan undang-undang tersebut.

Hasil dari perbandingan undang-undang itu yakni peneliti akan mampu memperoleh gambaran terkait konsistensi antara filosofi dan undang-undang di antara satu negara lain atau lebih. Gambaran itu juga dapat diperoleh dengan membandingkan putusan pengadilan antara suatu negara dengan negara lain dalam kasus yang sama.

3. Sumber Data

Karakteristik utama penelitian ilmu hukum empiris dalam melakukan pengkajian hukum terletak pada sumber datanya, terdiri dari 3 (tiga) bahan hukum sebagai berikut Widyastuti, et.al, 2021) :

- a. Bahan Hukum Primer
 1. Undang-Undang Dasar 1945
 2. Undang-Undang No 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
 3. Undang-Undang No 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan
- b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini yakni sejumlah undang-undang, peraturan pelaksana (PP) yang berisi mekanisme pelaksanaan undang-undang serta berupa dokumen yang berisi pedoman pelaksana dan pengawasan-pengawasan yang dikeluarkan oleh lembaga resmi negara. Adapun bahan hukum sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 2) Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*)
- 3) Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh wajib pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- c. Bahan Hukum Tersier
Bahan hukum tersier adalah bahan hukum penunjang yang memberikan petunjuk dan pengertian terhadap bahan hukum primer dan sekunder, meliputi kamus hukum atau kamus bahasa lain (Naim, 2022).

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan cara mengumpulkan data baik bahan hukum primer maupun bahan sekunder di klasifikasikan sesuai isu hukum yang akan dibahas. Kemudian langkah selanjutnya adalah diuraikan untuk mendapatkan deduktif yaitu menarik kesimpulan yang menggambarkan permasalahan yang khusus atau lebih konkret.

5. Metode Analisis Data

Metode pengumpulan data berupa observasi dan komunikasi. Melalui studi pustaka peneliti mengumpulkan berbagai referensi terkait, baik dalam bentuk buku, dokumen, jurnal, media cetak maupun elektronik yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang sedang diteliti (Hermawan, 2019).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Regulasi Pajak Terhadap Transaksi *E-Commerce* Antar Negara

1. Sejarah Hukum Perpajakan di Indonesia

Indonesia sendiri pajak mulai dikenal sejak abad ke – 19 bersamaan dengan pengenaan berda di negeri Belanda berdasarkan asas kondordasi. Begitu pula dengan perkembangan hukumnya berbagai cara dan upaya dilakukan untuk memodifikasi hukum pajak melalui berbagai peraturan perundang-undangan, yang berdasarkan sejarah dapat dibagi menjadi masa penjajahan Belanda, masa penjajahan Jepang, masa kemerdekaan Republik Indonesia. Yang akan diuraikan sebagai berikut :

a. Masa Penjajahan Belanda

Pada masa ini, sistem perpajakan berfungsi sebagai pemasukan keuangan (*budgeter*) untuk keperluan penjajahan di negeri belanda, dengan membentuk *ordinate* atau *ordonansi* (peraturan perundang-

undangan pemerintah atau surat ketetapan pemerintah) *ordinatie* dibuat oleh Gubernur Jenderal Hindia-Belanda bersama Volkstraad atau deqan rakyat Hindia-Belanda, sebagai lembaga legislatif tertinggi pada zaman penjajahan di Indonesia kala itu.

Pajak zaman tersebut pajak ditarik dari rakyat untuk kepentingan pembangunan negara Belanda yang menggunakan sistem perpajakan pungutan pajak berupa (*official assesment system*) yang berarti meletakkan dasar kekuatan administrasi pemungutan pajak melalui penetapan secara sepihak dilakukan oleh pemerintah, adapun kelemahan sistem ini adalah wajib pajak tidak diberikan kepercayaan sama sekali dalam perhitungan utang pajak, namun sebaliknya aparat penegak hukumlah yang dapat melakukan perhitungan pajak, sehingga sistem ini dapat merugikan para wajib pajak.

b. Masa Penjajahan Jepang

Pada zaman penjajahan jepang yang singkat, pada masa itu tidak dapat mengeluarkan berbagai peraturan perundang-undangan kecuali Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1942 tentang Undang-Undang Balatentara Jepang (*Osamu Siarai*) yang berisi peraturan perundang-undangan yang tidak melanggar atau bertentangan dengan kekuasaan militer Jepang (Kansil, 2016), sebagai dasar masa transisi hukum dibawah pemerintahan Jepang yang berlaku di wilayah jawa dan madura.

Masa penjajahan yang relatif singkat membuat pada masa tersebut tidak terjadi perombakan hukum yang sangat signifikan, karena militer jepang saat itu sangat berorientasi pada kemenangan perang melawan sekutu yang dipimpin oleh Amerika Serikat. Karena tidak banyak melakukan perubahan, maka lembaga atau instansi yang memungut pajak dan peraturan hukum dibidang perpajakan seperti sistem pajak sewa tanah yang dahulunya berada di tangan belanda diambil alih dan diubah namanya menjadi pajak tanah (1942), kemudian ordinasi pajak pendapatan, diganti menjadi "pajak perang" (*Oologbelasting*) atau pajak peralihan 1944 (*Overgangsbelaasting* 1944) (Farouq, 2018).

c. Masa Kemerdekaan Republik Indonesia

Awal kemerdekaan undang-undang perpajakan yang diterapkan di Negara Indonesia adalah undang-undang pada zaman kolonial belanda dengan menerapkan asas konkordasi, oleh karena perpajakan saat itu menggunakan sistem *official assesment* , dan ketentuan pajak materiil dan formil diatur dalam satu Undang-Undang, kecuali Undang-Undang penagihan pajak dan peradilan pajak.

Pada tahun 1945-1960 mulailah diterapkannya berbagai peraturan perundang-undangan perpajakan berdasarkan ketentuan pajak yang berada di Republik Indonesia. Pada tahun 1960-1980 setidaknya terdapat tiga kebijakan perpajakan. *Pertama*, pemungutan pajak dengan sistem

official assesment diubah menjadi *self assasment system* untuk pemungutan pajak berupa pajak perseroan, pajak pendapatan dan paka kekayaan yang terkenal dengan MPS-MPO. MPS adalah menghitung pajak sendiri sedangkan MPO adalah menghitung pajak orang lain.

Kedua, akhir 1960 dan awal 1970 negara Indonesia mengundang berbagai investor agar menanamkan modal di Indonesia dengan strategi berupa peringanan pajak yaitu fasilitas pembebasan pajak dalam jangka waktu tertentu. *Ketiga*, priode 1980-an adalah pernyarahan pajak negara kepada kepala daerah berupa : Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor dan Pajak Bangsa Asing dan Pajak Radio.

Adapun pada masa reformasi perpajakan ditandai dengan terbitnya beberapa undang-undang perpajakan pada akhir tahun 1983 yaitu:

- a. Disahkannya Undang-Undang No. 6 tahun 1983 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan yang berlaku sejak tanggal 1 januari 1984 dan mencabut Undang-Undang sebelumnya.
- b. Disahkannya Undang-undang No. 7 tahun 1983 tentang pajak penghasilan yangmulai berlaku sejak 1 januari 1984.
- c. Disahkannya Undang-Undang Nomor 8 tahun 1983 tentang pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah dan mencabut Undang-Undang Nomor 35 Tahun 1953 tentang Pajak Penjualan 1951 dan segala perubahanya. Dan mulai berlaku sejak 1 April 1985.
- d. Disahkannya Undang-Undang Nomor 12 tahun 1985 Tentang Pajak Bumi dan Bangunan.
- e. Disahkannya Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1985 Tentang Bea Meterai dan mencabut aturan Bea Meterei 1921 dan segala perubahannya.
- f. Disahkannya Undang-Undang Nomor 10 tahun 1995 Tentang Kepabean.
- g. Disahkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1995 tentang Cukai
- h. Disahkannya Undang-Undang Nomor 17 tahun 1997 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Pajak
- i. Disahkannya Undang-Undang Nomor 18 tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Rettribusi Daerah
- j. Disahkannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1997Tentang Penagihan Pajak Dengan Surat Paksa dan Menyatakan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1959 tentang Penagihan Pajak Negara dengan surat Paksa tidak Berlaku lagi.
- k. Disahkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1997 Tentang Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan.

2. Regulasi *E-commerce* antar negara Dalam Prespektif Hukum Di Indonesia

a. *E-commerce* Dalam Perspektif Hukum Perdata

Faktor yang mempengaruhi perkembangan hukum perjanjian di Indonesia salah satunya adalah bidang perdagangan, Dalam hubungannya tentang suatu perdagangan dalam kitab Undang-Undang hukum perdata mengenal adanya asas-asas hukum perjanjian. Ini di jelaskan dalam Buku III KUH Perdata mengenal tiga asas pokok dalam membuat dan melaksanakan suatu perjanjian. Ketiga asas tersebut adalah: a) Asas kebebasan berkontrak atau sistem terbuka, b) Asas konsensualisme, c) Asas iktikad baik.

Dalam asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*) Artinya para pihak bebas membuat suatu perjanjian dan mengatur sendiri isi perjanjian itu, sepanjang memenuhi ketentuan sebagai berikut: a), memenuhi syarat sebagai perjanjian. b), tidak dilarang oleh undang-undang; c), sesuai dengan kebiasaan yang berlaku; d), sepanjang perjanjian tersebut dilaksanakan dengan iktikad baik. Asas kebebasan berkontrak ini merupakan refleksi dari sistem terbuka (*open system*) dari hukum perjanjian.

Dalam kaitanya dengan tarnsaksi *E-commerce*, selama para pihak yang saling bertaransaksi sesuai dengan pasal 1320 Kitab Undang-Undang. Hukum Perdata tentang sah atau tidaknya suatu perjanjian maka para pihak dapat disebut juga telah melakukan suatu perjanjian yang sah dan dapat dikategorikan dalam perdagangan atau transaksi jual beli hanya saja yang membedakan adalah transaksi tersebut dilakukan melalui internet atau *Online*, sehingga transaksi *E-commerce* dapat pula disebut sebagai suatu upaya perdagangan yang dilakukan melalui internet (Candra, 2019).

b. *E-commerce* Dalam Perspektif Undang-Undang No 11 Tahun 2008 yang telah dirubah dalm Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Pemenuhan globalisasi zaman untuk pemenuhan legalitas kegiatan perdagangan melalui internet dibentuklah Undang- undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 11 Tahun 2008 yang telah dirubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 merupakan dasar hukum utama bagi *e-commerce* di Indonesia. UU ITE berlaku bagi setiap orang yang melakukan perdagangan, baik yang berada di wilayah Indonesia maupun diluar Indonesia. Sehingga jangkauan UU ini tidak hanya bersifat lokal saja tetapi juga Internasional (Pasal 2 ITE).

Kemunculan undang-undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan dua hal penting yakni,

pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin, dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya. Dengan adanya pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka setidaknya kegiatan ecommerce mempunyai basis legalnya.

Hukum pembuktian yang terdapat dalam UU ITE yang bersifat *lex Specialis* bertujuan untuk mengatur ranah transaksi elektronik dalam aspek pidana, perdata dan administrasi negara dan beberapa aspek lainnya yang berkenaan dengan perbuatan hukum di ranah *cyber*.

c. *E-commerce* Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Dalam Undang-Undang Perdagangan tersebut menjelaskan bahwa kegiatan yang terkait dengan transaksi barang atau jasa yang mendapatkan imbalan atau kompensasi baik yang dilakukan dalam negeri maupun di luar negeri sama-sama dapat dikategorikan dalam bentuk suatu perdagangan. Maka keberadaan *e-commerce* tatanan baru dalam bertransaksi yang dapat dilakukan lintas negara dapat pula dikenakan pajak karena sesuai dengan kategori perdagangan yang sah dan mempunyai legalitas yang jelas dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

Payung hukum inilah yang memberikan kepastian Hukum baik bagi pelaku usaha maupun pembeli bahwa transaksi yang dilakukan melalui *E-commerce* yang dilakukan antar negara dapat dikualifikasikan dalam bentuk perdagangan yang sah dan patut untuk tunduk terhadap payung hukum yang diberlakukan di negara Indonesia.

d. *E-commerce* Dalam Perspektif Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*.

Berdasarkan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *e-commerce* sebagai kebijakan untuk mengoptimalkan penerimaan negara atas Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap transaksi *e-commerce*.²⁰ Terbitnya Paket Kebijakan Ekonomi Jilid XIV oleh pemerintah yang di antaranya memuat kebijakan pajak *e-commerce*, membagi transaksi *e-commerce* ke dalam 4 model transaksi *e-commerce*, yaitu Online Marketplace, Classified Ads, Daily Deals, dan Online Retail.

Dengan diaturnya perpajakan dalam transaksi *E-commerce* telah menandakan bahwa kegiatan jual beli yang dilakukan dalam jaringan atau internet mempunyai kedudukan yang sama dalam hukum pajak sebagai salah satu subjek dari perpajakan itu sendiri yakni, pajak penghasilan atas kegiatan ekonomis yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam *marketplace* tersebut. Hubungan perpajakan pelaku usaha *E-commerce* antar negara pula dapat dilihat dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan Pasal 2 Ayat (4) yang memberikan legalitas kepada para subjek pajak luar Negeri untuk turut serta dalam pembayaran pajak atas hasil yang didapatkan melalui kegiatan jual beli yang dilakukan di Indonesia. Hal ini sesuai dengan ke berlakuan asas-asas pungutan pajak yang diberikan negara kepada pemerintah untuk melakukan penarikan pajak.

Menkominfo Rudiantara menargetkan, pada tahun 2020 transaksi bisnis *e-commerce* bisa menembus nilai US\$ 130 miliar. Sementara menurut *e-marketer*, penjualan ritel *e-commerce* di Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 5,29 miliar pada tahun 2017 ini (Yustika, 2018). Pertumbuhan tersebut tidak lepas dari semakin banyaknya pemain asing yang ikut meramaikan bisnis *e-commerce* di Indonesia sebab melihat trend perkembangan yang positif dari tahun ke tahun.

Dari data yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo), Indonesia kini menjadi salah satu raksasa bisnis online atau *e-commerce* di wilayah Asia Pasifik. Dalam lima tahun terakhir, terhitung sejak tahun 2011, bisnis online terus berkembang. Bahkan saat ini dirjen pajak telah memiliki 1000 data pelaku usaha *e-commerce* yang telah memiliki NPWP.

Penarikan pajak tersebut merupakan bentuk dari pada kesejahteraan pajak yang harus diberlakukan kepada setiap orang yang memiliki sumber penghasilan baik dari wilayah negaranya sendiri maupun dari negara lain. Penegasan ketentuan perpajakan tersebut menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan barang atau jasa lainnya. Sesuai dengan ketentuan, maka tidak ada alasan apapun bagi para pelaku *e-commerce* untuk menghindari kewajiban perpajakannya.

Penerapan Pajak Dalam Transaksi *E-Commerce* Antar Negara Di Indonesia

Pada hakikatnya, wajib pajak tidak boleh terlepas dari konteks perorangan agar tidak lepas dari kedudukannya sebagai orang pribadi. Badan sebagai wajib pajak dapat berupa badan hukum, dan badan yang berstatus badan hukum, baik yang tunduk pada hukum privat maupun yang tunduk pada hukum publik. Sehubungan dengan semakin berkembangnya transaksi perdagangan barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik, yang selanjutnya disebut *E-Commerce*, perlu ada

penegasan khusus terkait pemungutan pajak baik. PPH maupun PPN atas transaksi *E-Commerce* tersebut. Ditegaskan dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor Se-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*. Dan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor Se-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi *E-Commerce* (Sari, 2018).

Berdasarkan hal tersebut, pelaku transaksi *E-Commerce* dapat dikategorikan sebagai subjek pajak yang berkewajiban untuk membayar pajak kepada negara. Subjek pajak akan dikenakan pajak apabila menerima atau memperoleh penghasilan. Dasar hukum dari Pajak Penghasilan adalah Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Dalam Undang-Undang ini diatur mengenai pengenaan pajak terhadap subjek pajak berkenaan dengan penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam tahun pajak (Arimbhi, et.al, 2019).

Pajak yang dapat dikenakan terhadap transaksi *E-Commerce* adalah Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai. Dikarenakan belum ada aturan yang secara khusus mengatur mengenai perlakuan PPH atas Pengusaha *E-Commerce* sehingga pada dasarnya disamakan dengan toko konvensional. Berdasarkan PP Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu yang telah direvisi menjadi PP Nomor 23 Tahun 2018, pengusaha *E-Commerce* dengan penghasilan/omset bruto yang tidak melebihi 4,8 Miliar Rupiah dikenakan pajak sama dengan UMKM, yaitu 0,5% dari omset. Sedangkan Bagi pelaku usaha *E-Commerce* yang omsetnya mencapai Rp 4,8 Miliar per tahun atau melebihi itu, dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (Darmawati, et.al, 2018).

Dalam hasil penelitian pustaka, peneliti menemukan beberapa faktor yang membuat belum maksimalnya penerapan pajak dalam transaksi *e-commerce* antar negara di Indonesia.

1. Faktor Yang Mempengaruhi Pesatya Perkembangan *E-Commerce* Indonesia

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia (Kurniawan, et.al, 2021).

- a. Pertumbuhan kelas menengah di Indonesia yang cukup pesat, yakni sebesar 21% dari total populasi atau sebanyak 57,3 juta orang pada tahun 2019. Hal ini juga terlihat dengan meningkatnya jumlah pengeluaran masyarakat untuk belanja barang konsumen secara online sebesar 23% pada tahun 2018 dibanding dengan tahun 2017.
- b. Tingkat penetrasi internet dan pengguna perangkat mobile yang terus meningkat, memungkinkan lebih banyak orang untuk

- mengakses berbagai platform belanja online, mulai dari website toko online, aplikasi marketplace, media sosial, dan banyak lagi.
- c. Tingkat penetrasi internet dan pengguna perangkat mobile yang terus meningkat, memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses berbagai platform belanja online, mulai dari website toko online, aplikasi marketplace, media sosial, dan banyak lagi.
 - d. Banyak investor asing yang tertarik untuk berinvestasi di perusahaan teknologi *e-commerce*. Tokopedia misalnya, menerima investasi senilai USD 1,1 miliar dari Alibaba pada tahun 2017 yang akhirnya membuat Tokopedia menjadi perusahaan unicorn.

2. Faktor Yang Menghambat dalam Penerapan E-Commerce

- a. Transaksi *E-Commerce* yang Sulit di Deteksi Wujud Usahanya Bisnis *e-commerce* memiliki karakter khusus yakni proses transaksi yang ada haruslah dilakukan dengan cepat dan praktis menggunakan internet. Karakteristik inilah yang berbeda dengan perdagangan konvensional lainnya karena ternyata hal ini mendatangkan masalah tersendiri, yaitu sulitnya pemerintah menetapkan peraturan pajak yang jelas dan adil. Permasalahan kedua adalah upaya bagaimana caranya mendeteksi transaksi barang berbentuk digital agar bisa dikenakan penerapan kepatuhan perpajakannya, terutama proses transaksi barang digital yang terjadi lintas Negara. Besar kemungkinan adanya potensi pajak yang hilang tersebut tidak dapat diketahui oleh otoritas pajak di kedua Negara asal penjual dan pembeli.
- b. Kesadaran serta Pemahaman Perpajakan Wajib Pajak yang belum maksimal

Perpajakan di Indonesia menganut sistem self assessment. Wajib pajak (WP) diberi kepercayaan dan tanggung jawab sepenuhnya untuk menghitung, menyeter, dan melaporkan secara teratur kewajiban perpajakannya kepada kantor pelayanan pajak atau KPP (Riani, 2019). Sebagaimana diamanatkan oleh konstitusi, pelayanan publik yang sama menjadi hak bagi warga negara, namun di sisi lain setiap warga negara juga memiliki kewajiban yang sama untuk berpartisipasi membangun negara melalui pajak. Pajak terhadap transaksi *E-Commerce* dinilai memiliki peran yang sangat penting dalam kepentingan suatu negara.

- c. Sosialisasi belum dilakukan secara menyeluruh

Kesadaran dan Pemahaman dari para Wajib Pajak berbanding lurus dengan sosialisasi yang belum dilakukan secara menyeluruh oleh Fiskus. Sosialisasi mengenai Pajak terhadap transaksi *E-Commerce* sudah pernah dilakukan pada saat awal keluarnya Surat Edaran No 62 tahun 2013. Namun, pertumbuhan pelaku bisnis yang makin pesat, dirasa

sangat diperlukan untuk sosialisasi kembali, beberapa Wajib Pajak yang sempat menjadi informan pun mengaskan bahwasannya mereka belum pernah mendapatkan sosialisasi terkait Pajak atas transaksi *E-Commerce*, dan mereka menginginkan sosialisasi tersebut agar dapat memahami perpajakan terutama pada perpajakan terhadap transaksi *e-commerce*, mengingat tidak semua pembisnis memiliki latar belakang pendidikan dari lulusan ekonomi. Menurut para wajib pajak, secara umum pelaku usaha menyatakan mereka siap membantu pemerintah, asalkan mereka pun mendapatkan edukasi terkait pajak terhadap transaksi *e-commerce*.

Perbandingan Mengenai E-Commerce Di Beberapa Negara

1. Perbandingan Kebijakan mengenai E-commerce di Singapura dan Indonesia
 - a. Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia

Di Indonesia, fenomena *e-commerce* sudah dikenal sejak tahun 1996 melalui <http://www.sanur.com>. Setelah itu, sejumlah layanan *e-commerce* mulai bermunculan. Situs-situs seperti astaga.com, mandirionline.com dan satunet.com pernah populer. Namun, krisis mata uang terjadi di Indonesia kira-kira. Tahun 1998 memperburuk kemajuan bisnis *e-commerce*.

Masyarakat Indonesia menjadikan jejaring sosial seperti facebook dan twitter untuk memasarkan produk. Lebih dari separuh anggota kaskus.com yang berjumlah 3.047.0398 memanfaatkan jejaring komunitas tersebut untuk menjual-beli. Maka, selain situs-situs yang murni menyediakan layanan *e-commerce* seperti plasa.com, tokobagus.com atau tokopedia.com, beberapa situs penyedia layanan *e-commerce* pada akhirnya menggabungkan konsep perdagangan online dengan sistem jejaring sosial. Misalnya toko buku online bukukita.com, tidak hanya menjual buku tapi juga memfasilitasi para membernya untuk melakukan pertemuan secara langsung. Beberapa layanan *e-commerce* menyisipkan variasi konten lain disamping penawaran produk, seperti krazymarket.com yang juga menampilkan berita-berita dalam situsnya. Hingga pada tahun 2011 ini, menurut survei yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika, sebanyak 24% penduduk Indonesia melakukan pembelian melalui *e-commerce*.

Secara umum, terdapat lima faktor lain yang menghambat keberlangsungan kegiatan *e-commerce* di Indonesia selain akses dan infrastruktur, yaitu kesadaran masyarakat, keamanan dalam bertransaksi, keterbatasan fasilitas internet banking, budaya atau kebiasaan di Indonesia yang belum terbiasa dengan pemanfaatan new media dalam bidang perdagangan, serta hambatan dari pihak penyedia *e-commerce* yang tidak sepenuhnya memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya.

Hambatan-hambatan tersebut sebenarnya dapat diatur melalui sebuah perangkat kebijakan yang memadai. Sementara belum ada kebijakan yang membahas secara komprehensif mengenai *e-commerce* di Indonesia, beberapa aturan umum terkait perdagangan dan pemanfaatan teknologi informasi dapat dijadikan pegangan bagi warga Indonesia dalam menjalankan *e-commerce*.

b. Perkembangan *E-Commerce* di Singapura

Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS) adalah badan yang menjadi pengelola perpajakan di Singapura. Dalam menghadapi perkembangan pesat *e-commerce* pada sektor bisnis, IRAS (*Inland Revenue Authority of Singapore*) bertekad untuk memastikan adanya kepatuhan perpajakan tanpa menghambat perkembangan *e-commerce* yang menjadi salah satu kontributor pembangunan perekonomian.

IRAS (*Inland Revenue Authority of Singapore*) menyadari tantangan bagi otoritas pajak untuk dapat selalu mengikuti perkembangan berbasis internet dan selalu melakukan kajian terhadap peraturan perpajakannya agar selalu tetap dapat ditetapkan dalam *e-commerce*. Isu tentang kepatuhan perpajakan pada *e-commerce* adalah rendahnya tingkat pendaftaran sebagai WP berikut kepatuhan sukarelanya. Akses terhadap data transaksi sangat sulit disapatkan.

Ada banyak variabel sosial ekonomi lain yang mempengaruhi perbandingan kebijakan *e-commerce* antara Singapura dan Indonesia. Faktornya bukan hanya berasal dari pemerintah. Masyarakat dan pemerintah saling mempengaruhi berbeda. Misalnya soal ketersediaan fasilitas internet. Di satu sisi, pemerintah.

Indonesia tidak mementingkan masalah pemerataan akses informasi. Namun, tingkat ekonomi dan intelektual masyarakat Indonesia masih rendah sehingga mereka tidak terlalu memperhatikan perkembangan media baru. Meskipun jumlahnya pengguna internet semakin meningkat dan kemajuan layanan *e-commerce* semakin cepat terlihat, namun jumlahnya hanya sebagian kecil dari kelas menengah di Indonesia. Makanya pemerintah kurang peduli masalah *e-commerce* di Indonesia.

c. Perkembangan *E-Commerce* Di ASEAN

Perkembangan teknologi informasi dalam satu dekade terakhir mengalami kemajuan di seluruh dunia. Seiring dengan itu, praktek *e-commerce* pun semakin meningkat. Hal ini memberikan pengaruh besar bagi perkembangan ekonomi negara_negara, baik makro maupun mikro. Untuk menunjangnya, diperlukan sebuah perangkat yang mengatur masalah pemanfaatan teknologi informasi dalam perniagaan secara lebih

mendalam. Lembaga internasional PBB melalui UNCITRAL telah merumuskan suatu model kebijakan mengenai *e-commerce* yang dapat digunakan oleh negara-negara diseluruh dunia (Paryadi, 2016).

Perubahan pola perdagangan melalui media elektronik pun turut masuk ke dalam pembahasan pada lingkup regional ASEAN. Pada KTT ASEAN di Manila tahun 1999 menetapkan e-ASEAN Legal Framework yang bertujuan untuk mengembangkan rencana kerja komprehensif untuk pengembangan ICT (*Information and Communication Technology*) di bidang bisnis, masyarakat dan pemerintah.

Terkait dengan peraturan *e-commerce*, sebagian besar negara ASEAN memiliki peraturan yang mengatur perlindungan data dan transaksi elektronik. Namun, jika dikaitkan dengan harmonisasi regulasi yang ingin dicapai oleh ASEAN, tidak semua negara memiliki regulasi yang harmonis.

d. Malaysia

Malaysia menyadari perkembangan internet dan *e-commerce* yang begitu pesat, *Inland Revenue Board Malaysia* (IRBM) telah membentuk divisi *e-commerce* sejak Maret 2009. Divisi ini berada di bawah departemen kepatuhan perpajakan di IRBM (*Inland Revenue Board Malaysia*) dengan tugas utama untuk membuat basis data bisnis *e-commerce* dan melakukan seleksi terhadap bisnis *e-commerce* yang akan dilakukan audit.

Agar pemeriksaan pajak untuk *e-commerce* dapat dilakukan secara adil, transparan dan benar, IRBM (*Inland Revenue Board Malaysia*) mengeluarkan suatu kerangka kerja yang berfungsi untuk menggaris bawahi hak dan kewajiban petugas audit. Secara umum, kerangka kerja ini bertujuan untuk membantu auditor dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya, sekaligus membantu WP (Wajib Pajak) dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

e. Filipina

Bureau of Internal Revenue (BIR) sebagai otoritas perpajakan di Filipina juga tidak ketinggalan untuk memanfaatkan fasilitas internet guna meningkatkan pelayanan kepada WP (Wajib Pajak). Pelayanan dalam bentuk elektronik dan online yang sudah dilakukan antara lain *e-registration*, *e-filing*, *e-payment*, *e-complaint*, dan *e-submission*. Bentuk pelayanan secara elektronik dilakukan untuk menghemat biaya dan waktu dengan mempersingkat proses proses yang manual menjadi elektronik.

Tantangan yang dihadapi BIR (*Bureau of Internal Revenue*) terhadap perkembangan internet adalah perlunya regulasi yang mengatur tentang penyedia jasa virtual seperti *online gaming* dan *virtual office*. Seharusnya

kantor tersebut juga wajib membayar pajak sesuai dengan penghasilan yang diperolehnya, tetapi BIR (*Bureau of Internal Revenue*) menghadapi kesulitan dalam mendeteksi aktivitasnya.

f. China

Analisa SWOT China (Yuliani, 2020) :

- 1) Kekuatan (*Strength*) China
 - a. SDM yang unggul menjadi Salah satu faktor kenapa China bisa menjadi pusat perdagangan dunia.
 - b. Banyaknya jumlah wirausaha, di China menjadikan kekuatan yang nyata bagi perekonomiannya.
 - c. Manufaktur yang maju, merupakan salah satu indikator pertumbuhan ekonomi China, dukungan pemerintah tidak main-main dalam perkembangan manufaktur.
- 2) Kelemahan (*Weakness*) China
 - a. Kesenjangan Pendapatan Urban dan Rural sangat memungkinkan terjadi, di China.
 - b. Banyaknya barang palsu yang beredar di *e-commerce* China.
- 3) Peluang (*Opportunity*) China
 - a. Pasar digital *e-commerce* terbesar dunia perkembangan *e-commerce* di China terus meningkat.
 - b. Memperluas ekspansi bisnis ke luar negeri. China dikenal sebagai negara yang memiliki nilai ekspansi bisnis yang tersebar luas ke luar negeri, dan memiliki banyak kerjasama dengan negara lain.
- 4) Ancaman (*Threats*) China
 - a. Pembatasan Pengguna Internet
 - b. Amerika Serikat

Dalam menyikapi perdagangan melalui jalur internet, AS (Amerika Serikat) langkah yang berbeda dengan Uni Eropa. Dimulai sejak bulan Oktober 1998, Presiden Bill Clinton telah mendatangkan suatu peraturan yaitu *Internet Tax Freedom Act*. Undang-undang ini memberikan moratorium perpajakan pada *e-commerce* dalam jangka waktu tiga tahun. Peraturan ini telah di perpanjang selama empat kali dalam masa pemerintahan yang berbeda.

g. Brazil

Sebuah studi yang dilakukan oleh Getulio Vergas Foundation di Brazil menyatakan bahwa pertumbuhan *e-commerce* telah meningkat ganda selama jangka waktu dua tahun.

Tidak ada peraturan khusus tentang perpajakan pada *e-commerce* di Brazil. Otoritas perpajakan memberikan perlakuan yang sama antara perdagangan biasa dengan perdagangan melalui internet. Untuk barang-

barang impor, tiap barang mempunyai kategori yang berbeda dengan perlakuan pajak impor yang berbeda di setiap negara bagian. Pada perdagangan biasa, PPN dikenakan di negara bagian tempat barang atau jasa tersebut dihasilkan. Untuk perdagangan yang melalui internet, pajak dikenakan di tempat perusahaan yang memproduksi barang tersebut berdomisili.

Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka terdapat beberapa kesimpulan yang dapat penulis rumuskan, yakni sebagai berikut:

1. Regulasi pajak terhadap *E-commerce* antar negara di Indonesia

Dalam Pasal 26 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan yang dikenakan atas penghasilan yang diterima oleh wajib pajak luar negeri dari Indonesia melalui sistem *e-commerce* dengan pelaku usaha yang tidak mempunyai bentuk usaha tetap di Indonesia namun dapat melakukan kegiatan usaha jual beli hingga lintas negara, pasal tersebutlah yang menjadi legalitas pengenaan pajak atas pelaku *e-commerce* antar negara. Adapun yang menentukan seorang pelaku usaha *e-commerce* dikatakan sebagai wajib pajak luar negeri adalah Pasal 2 Ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan.

2. Penerapan pajak dalam transaksi *e-commerce* antar negara di Indonesia

Legalitas keberlakuan pajak untuk pelaku usaha *e-commerce* antar negara termasuk dalam wajib pajak luar negeri selain bentuk usaha tetap yang terdapat dalam pasal 26 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan, sehingga saat ini perlunya penegasan mengenai pelaku usaha yang tidak mempunyai bentuk usaha tetap dalam Undang-Undang tersebut. Adapun pencegahan terjadinya pajak ganda yang dilakukan melalui perjanjian bilateral atau multilateral maka yang diperlukan pemerintah saat ini adalah dengan merevisi definisi dari Bentuk usaha tetap dengan mengecualikan pelaku *e-commerce* anatar negara sebagai salah satu yang dapat dijadikan sebagai alasan dibentuknya suatu perjanjian.

3. Perbandingan Mengenai *E-Commerce* Di Beberapa Negara

Perkembangan new media menghadirkan sebuah cara baru dalam menjalankan perdagangan, yakni *e-commerce*. Kegiatan *e-commerce* mulai dipraktekkan di negara_negara dunia termasuk Singapura dan Indonesia.

Perbandingan kebijakan publik adalah studi tentang bagaimana dan mengapa pemerintah yang berbeda melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan dan apa efeknya. Kebijakan publik bukanlah sekedar formulasi atas jawaban sebuah masalah publik. Lebih dari itu, kebijakan publik justru akan jauh lebih berdampak apabila dirumuskan sebelum banyak masalah publik terkait suatu fenomena mengantri untuk diselesaikan. Dalam hal ini, pemerintah dituntut untuk responsif terhadap sekitar. Sebagaimana yang dikatakan Robert Eyestone, bahwa kebijakan publik pada dasarnya merupakan hubungan suatu unit (pemerintah) dengan lingkungannya.

Saran

1. Pemerintah perlu lebih sering untuk mengadakan sosialisasi terhadap wajib pajak khususnya bidang *E-Commerce* mengenai pentingnya membayar pajak sesuai peraturan perpajakan di Indonesia
2. Dirjen Pajak perlu untuk lebih meningkatkan upaya pendataan terhadap *E-Commerce*, sehingga pelaku usaha online dapat tercatat secara jelas, yang berakibat dapat terjangkaunya potensi pajak yang sangat besar dari usaha- usaha online yang ada.

Daftar Pustaka

Buku-Buku

- Hamzani, A. I. (2020). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Tegal: Fakultas Hukum.
- Hermawan, Iwan. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran, 2019.
- Jonaedi Efendi, dan Jonny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*, Depok: Prenadamedia Group, 2018, hlm.131.
- Mestika Zed, "*Metode Penelitian Kepustakaan*", Jakarta: Yayasan Obor Indonesia I, 2008, hlm. 1-2.
- Sakti, Nufransa Wira, and S. Kom. *Buku Pintar Pajak E-Commerce*. VisiMedia, 2014.

Jurnal/Artikel/Karya Ilmiah

Ambon, Mataram, Samarinda, Batam, Denpasar, Medan, Bandung, Jayapura dan Semarang.

- Ardhiyoko, Adimas. *Penerapan Pajak E-Commerce Di Indonesia*. Diss. Universitas Narotama, 2019.
- Arimbhi, Pebriana, Imam Susanto, and Septian Khaerul Ghany. "Proses Bisnis Dan Aspek Pemungutan Pajak Atas Transaksi E-commerce Dalam Era Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 6.1 (2019): 53-67.
- Asikin dalam Widyastuti, Tiya Vika, Evy Indriasari, and Erwin Aditya Pratama. "Model Penerapan Asas Pemisahan Horizontal Dalam Lelang Eksekusi Hak Tanggungan." *Diktum: Jurnal Ilmu Hukum* 9.1 (2021): hlm. 77-94.
- Butar Butar, Michael Richard. *Penerapan Pajak Terhadap Penyedia Jasa Atau Barang Dalam E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang Perpajakan*. 2021
- Darmawati, Deni, and Ayu Aulia Oktaviani. "Pengaruh penerapan akuntansi umkm terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM e-commerce." *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*. 2018.
- Dewi, Fuzzy Kartika Candra. *Pungutan pajak perdagangan melalui elektronik (e-commerce) antar negara berdasarkan hukum perpajakan di Indonesia*. 2019. Bachelor's Thesis. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah.
- Fonna, Nurdianita. *Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang*. Guepedia, 2019.
- <https://katadata.co.id/agung/berita/634ecdc698b51/menelaah-5-macam-pendekatan-dalam-penelitian>
- Kansil, C. S. T., and Christine ST Kansil. *Sejarah hukum di Indonesia, cet 2*. Jakarta: Juara Harapan Bangsa. 2016. hlm 170
- Karnadi, Alif. *Transaksi E-Commerce Ditaksir Capai Rp 530 Triliun pada 2022*. Data Indonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-ecommerce-ditaksir-capai-rp530-triliun-pada-2022>
- Kurniawan, Stefanus Tegar, Desi Fatmawati, and Yohanes Baptista Husada. *anaisis penerapan pajak E-Commerce dengan Konvensional (kel. 8) Fix (1)*. No. yv39z. Center for Open Science, 2021.
- M. Farouq, *Suatu Pengantar Ilmu Hukum Terapan di Bidang Perpajakan*. Kencana, Jakarta. 2018.
- Media Keuangan, *Kesejahteraan Pajak Untuk E-Commerce*, *Jurnal Media Keuangan Transparansi Dan Kebijakan Fiskal*, Kesetaraan Pajak Untuk merce, XII, 126 (Maret 2018). hlm 10

- Mundakir, Muhammad Naim. *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP TERSANGKA DALAM HUKUM ACARA PIDANA INDONESIA*. Diss. Universitas Islam Kalimantan MAB, 2022.
- Paryadi, Deky. "Perkembangan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia dan Negara-Negara ASEAN." *Era Hukum-Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 14.2 (2016).
- Riani, Indri. *Pengaruh kepatuhan wajib pajak, ekstensifikasi pajak, pemeriksaan pajak, dan penagihan pajak terhadap penerimaan pajak penghasilan badan (studi kasus pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kepanjen tahun 2014-2018)*. Diss. Universitas Negeri Malang, 2019.
- Ridho, Muhammad Najib. "Penaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Transaksi E-Commerce." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)* 5.1 (2021)
- Sari, Ririn Puspita. "Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce." *Akuntabel* 15.1 (2018): 67-72.
- Skripsi Sari, Anggia Yustika. "Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce", Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018. hlm. 15
- Sumber data: Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2011; Jumlah responden: 1.280 perusahaan; Kota: Jakarta, Surabaya, Padang, Manado, Makassar, Yogyakarta, Pontianak,
- Yuliani, Dinda. "Perbandingan Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia dan China dalam Bidang e-Commerce." *Universitas Ahmad Dahlan* (2020).

Undang-Undang

Undang-undang Dasar 1945

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*)

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh wajib pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu