

ANALISIS PENERAPAN PAJAK PENGHASILAN ONLINE MERCHANT PADA E-COMMERCE DI KOTA MANADO

Lucky Andhini Mumuh¹, Jaqueline E.M Tangkau², Olifia Yodiawati Tala³

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Manado, Tondano

e-mail: luckyandhini5@gmail.com, jaquelinetangkau@yahoo.co.id, oliviatala@unima.ac.id

Diterima: 13 September 2021, Disetujui: 23 Desember 2021

Abstrak

Peningkatan akun online merchant dan nilai transaksi E-commerce di rasakan tiap tahun nya di Kota Manado, tetapi pajak penghasilan dari E-commerce yang masuk ke kas negara tidak sesuai dengan nilai yang ditargetkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerapan pajak penghasilan yang sudah dilakukan oleh Online Merchant E-commerce di Kota Manado. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana data yang dihasilkan dalam bentuk kata-kata, gambar, dan pola perilaku manusia. Metode pengumpulan data yang digunakan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model Miles & Huberman. Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan pajak penghasilan yang sudah dilakukan oleh Online Merchant di Kota Manado belum sepenuhnya sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku, dan online merchant yang hanya berjualan melalui media online sama sekali tidak melakukan pelaporan perpajakannya karena tidak mengetahui adanya pajak yang dikenakan untuk Online Merchant.

Kata Kunci: Penerapan Pajak Penghasilan, Online Merchant, E-commerce

Abstract

The development of Online merchant account and the number of E-commerce transactions could be perceived each year in Manado, and yet the income of E-commerce that was put into the government's funding did not match up with the estimated target. This research was aimed to find out and to analyze the implementation of income tax done by the E-commerce online merchants in Manado. This research was done using a qualitative descriptive method in which the data was created by using words, pictures, and human behavioural patterns. Collecting methods of the data were using observations, interviews, and documentation. Analysis technic data uses Miles & Huberman's model. This research proves that the implementation of income tax that has been done by the online merchant in Manado has yet fulfilled the requirements, required for the online merchants by the existing taxation. Whilst the online merchants are only selling via online media and do nothing with the taxation report because the ignorance of any taxation applies for Online merchants.

Keywords: Implication of income tax, Online Merchant, E-commerce

PENDAHULUAN

Pada zaman ini dunia sudah memasuki Era Globalisasi. Globalisasi merupakan suatu proses yang berjalan diberbagai bidang, dimana negara-negara di dunia semakin menjadi kekuatan pasar yang terintegrasi, tidak terbatas pada batas-batas wilayah negara (Dewi 2019). Globalisasi membuat perkembangan teknologi transportasi dan komunikasi terus berkembang secara pesat dan meminta masyarakat untuk selalu membuat penemuan-penemuan baru di berbagai bidang kegiatannya. Pada dasarnya, alur ini membuat manusia lebih kreatif menghadapi dunia global yang baru di setiap era nya, baik dari sudut pandang ekonomi, kesehatan, pendidikan, sosial dan budaya. Internet dan handphone adalah beberapa contoh dampak dari Era Globalisasi. Perkembangan infrastruktur dalam bidang internet semakin hari nya semakin berkembang, yang mana banyak melahirkan inovasi-inovasi baru dalam penyebarluasan perdagangan baik dalam perusahaan kecil ataupun perusahaan besar diseluruh dunia. Salah satu inovasi perkembangan internet dalam dunia perdagangan adalah E-commerce (Perdagangan Elektronik). Menurut (Turban et al. 2015:7) E-commerce merupakan suatu proses jual-beli dalam bentuk barang, jasa ataupun data melalui internet. Menurut (Yoganingsih and Husadha 2021) mengatakan E-commerce merupakan bisnis yang memanfaatkan teknologi, dan tujuan bisnisnya pun tidak berbeda dengan bisnis konvensional yaitu sama sama untuk memperoleh penghasilan. E-commerce bisa membantu Online Merchant memperluas alur pendistribusian penjualan mereka di tingkat nasional dan memperbesar bisnis nya hingga tingkat internasional (Leonardo and Tjen 2020). Merchant sendiri adalah pedagang yang menjualkan barang atau jasa nya, baik yang memiliki toko fisik (*physical store*) ataupun *online store* yang bekerja sama dengan layanan *mobile payment* dalam cara transaksinya (Ar-Robi and Wibawa 2019). Menurut (Sari 2018) tidak seperti transaksi bisnis konvensional, penjualan E-commerce mempunyai beberapa karakteristik yang sangat spesifik mengarah pada implikasi pajak yang sangat kompleks dari kegiatan E-commerce ini. Hal ini terjadi karena transaksi antara Online Merchant dengan customer E-commerce berlangsung menggunakan dokumen elektronik (*Digital Document*).

Di Indonesia sendiri kegiatan E-commerce semakin bertambah dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan proses transaksi yang dilakukan pada kegiatan E-commerce tergolong sangat mudah. Di antara 16.227 Online Merchant E-commerce yang dianalisis 71,18% telah menjual melalui media internet dalam tiga tahun terakhir. Sementara itu, dari tahun 2010 hingga 2016 sebesar 26,90% Online Merchant mulai aktif menjual secara online, dan hanya 1,92% usaha yang mulai menjual sebelum 2010. Aktivitas ekonomi E-commerce tercatat naik selama masa pandemi covid-19 hingga 40,6% (Badan Pusat Statistik 2020).

Di Sulawesi Utara menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Penjual di Sulawesi Utara yang melakukan penjualan melalui E-commerce

Provinsi	Melakukan E-commerce		Total	Tahun
	Ya	Tidak		
Sulawesi Utara	20,92%	79,08%	100,00	2019
	84,92%	15,08%	100,00	2020

Sumber Data: Badan Pusat Statistik

Pada Survei E-commerce Tahun 2019, dari 70 sampel penjual hanya 20,92% penjual yang melakukan penjualan melalui E-commerce (Badan Pusat Statistik 2019), sedangkan pada Survei E-commerce Tahun 2020, 252 penjual yang menjadi sampel sebanyak 84,92% penjual yang melakukan penjualan E-commerce (Badan Pusat Statistik 2020). Tetapi data ini tidak termasuk dalam kategori Online Merchant yang sudah melaporkan perpajakannya. Untuk mendapatkan data Online Merchant yang melaporkan pajaknya adalah di Kantor Pajak, tetapi Kantor Pajak itu sendiri tidak memiliki data untuk Online Merchant yang terdaftar sebagai Wajib Pajak karena sampai saat ini belum ada klasifikasi khusus untuk Online Merchant E-

commerce, hingga saat ini Online Merchant dimasukkan ke dalam klasifikasi UMKM. Hal ini lah yang sulit untuk melakukan pelacakan terhadap Online Merchant yang sudah terdaftar atau belum terdaftar, padahal peningkatan jumlah Online Merchant dirasakan setiap tahunnya di Sulawesi Utara terutama di Kota Manado. Penelitian ini dilakukan di Kota Manado yang merupakan ibu kota provinsi dari Sulawesi Utara.

Tabel 1 menunjukkan bukti adanya peningkatan akun Online Merchant dan nilai transaksi E-commerce, dengan demikian negara berpeluang mendapatkan tambahan penerimaan negara dari sektor pajak dari kegiatan bisnis E-commerce tersebut. Pertumbuhan perdagangan online didasarkan pada kemudahan bagi Online Merchant untuk mempromosikan produk mereka (Valentino and Wairocana 2018), karena pada umumnya kegiatan jual-beli online mengeluarkan biaya operasional lebih rendah daripada penjual konvensional dan mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi daripada Online Merchant. Menurut (Olii, Pratikno, and Matheosz 2020) banyak masyarakat Kota Manado lebih memilih berbelanja melalui E-commerce sebagai pilihannya, dibandingkan harus berbelanja ke toko konvensional, alasannya adalah lebih praktis dan tidak rumit penggunaannya. Hal ini juga dapat menunjukkan bahwa aktivitas E-commerce di Kota Manado merupakan pangsa pasar yang potensial, sehingga potensi pajak yang akan diterima dari jenis bisnis E-commerce ini sangatlah besar (Cahyadi and Margana 2018).

Pada kenyataan penerapan Pajak Penghasilan terhadap Online Merchant belum efektif secara keseluruhan, dari hasil observasi yang dilakukan banyak Online Merchant di Kota Manado yang masih dalam tahap coba-coba melakukan penjualan E-commerce. Online Merchant juga tidak melaporkan Pajak Penghasilannya karena menganggap tidak mengetahui ilmu tentang perpajakan dan adanya Pajak yang dikenakan terhadap Online Merchant. Online Merchant menganggap bahwa yang dikenakan Pajak hanyalah Online Merchant yang memiliki toko dan juga karyawan. Menurut (Munthe 2020), Hal ini menyebabkan peningkatan volume transaksi E-commerce dan potensi kerugian pajak (*potential loss*) yaitu pajak yang tidak masuk ke kas negara dan akan membuat penerimaan negara dari sektor Pajak tidak tercapai. Lemahnya regulasi pengawasan dan hukum perpajakan di Indonesia, sistem perpajakan tidak secara khusus menangani potensi pajak ini (Hasanudin, Ramdhani, and Giyantoro 2020). Menurut (Rosalinawati and Syaiful 2018) Subyek dan objek transaksi jual beli online tidak jelas dan transparan, sehingga masih sulit ditelusuri bentuk transaksinya.

Jika tingkat kepatuhan masyarakat sebagai Wajib Pajak tinggi, maka penerimaan pajak nasional akan meningkat, artinya jika semua Wajib Pajak mematuhi kewajiban perpajakannya, maka pembangunan akan berkembang dengan tepat dan tujuan penerimaan pajak dapat tercapai. Sebaliknya, apabila pendapatan negara rendah, belanja pemerintah akan turun dan tidak dapat mengurangi kesenjangan di Indonesia (Hasanudin et al. 2020).

Sesuai dengan ketentuan yang di atur dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun (2008) Pajak Penghasilan adalah pajak yang dikenakan kepada wajib pajak orang pribadi dan badan yang memperoleh penghasilan dalam satu tahun pajak. Sebelumnya pemerintah telah mengatur hal tersebut dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 (2013) tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan untuk Transaksi E-commerce dan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 (2015) tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi E-commerce. Isi surat tersebut adalah untuk menegaskan pelaksanaan pemotongan dan pembayaran Pajak Penghasilan atas Transaksi E-commerce yang berjalan dengan baik dan merata.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana penerapan pajak penghasilan yang sudah dilakukan oleh Online Merchant di Kota Manado dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis penerapan pajak penghasilan yang sudah dilakukan oleh Online Merchant di Kota Manado.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif menurut (Moleong 2014:4) adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif tekstual atau verbal dari perilaku orang yang diamati, data yang dihasilkan dalam bentuk kata-kata, gambar, dan pola perilaku manusia.

Teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data penelitian ini ada 2, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapat dari hasil observasi dan wawancara sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari bukti catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau dokumenter. Wawancara disini dilakukan dengan 6 Online Merchant dan 1 Perwakilan dari Kanwil DJP Suluttenggomalu.

Penelitian ini menggunakan 3 langkah teknik analisis data berdasarkan Miles & Huberman dalam Sugiyono (Sugiyono 2016:246), Reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan uji keabsahan data dengan cara melakukan Triangulasi Sumber, yaitu adalah menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono 2012:121). Triangulasi sumber akan dilakukan pada Direktorat Jenderal Pajak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Informan dalam penelitian ini adalah 7 informan, yang dimana terdiri dari 6 Online Merchant dan 1 perwakilan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (Kanwil DJP) Sultenggomalu. Online Merchant akan di inisialisasi menjadi Online Merchant A,B,C,D,E dan F untuk mempermudah penyusunan penelitian ini. Pertama Online Merchant A, berjualan aksesoris kebutuhan wisuda untuk berbagai jenjang Pendidikan, memiliki penghasilan sebesar Rp25.000.000/bulan berjualan online melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Kedua Online Merchant B, Online Merchant B berjualan aksesoris kerajinan dari sisik ikan yang di olah menjadi perhiasan, tas dan kerajinan tangan lainnya, memiliki penghasilan sebesar Rp10.000.000/bulan, Online Merchant B berjualan melalui platform Rumah-bumn.id dan Bukalapak. Ketiga Online Merchant C, Online Merchant C berjualan makanan berupa sambal yang menjadi oleh-oleh khas Manado, memiliki penghasilan sebesar Rp40.000.000/bulan, berjualan online melalui platform Shopee, Tokopedia, Instagram, Go Food, dan Grab Food. Keempat Online Merchant D, Online Merchant D berjualan makanan oleh-oleh khas Manado, memiliki penghasilan sebesar Rp7.000.000/bulan dan berjualan melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Kelima Online Merchant E, Online Merchant E memiliki penghasilan sebesar Rp15.000.000/bulan, berjualan melalui platform Instagram dan Shopee. Keenam Online Merchant F, Online Merchant F memiliki penghasilan sebesar Rp5.000.000/bulan, berjualan melalui sosial media Facebook dan Instagram, dan 1 orang informan yaitu Kepala Seksi Dukungan Teknis Komputer dari Bidang Data dan Pengawasan Potensi Perpajakan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak (Kanwil DJP) Suluttenggomalu.

Sistem perdagangan di Indonesia semakin berkembang tiap tahunnya dengan bantuan teknologi yang semakin canggih, seperti saat ini sistem jual-beli dilakukan dengan cara transaksi secara online dan sudah mulai mengurangi transaksi menggunakan uang tunai. Berbeda dengan transaksi perdagangan offline, transaksi E-commerce memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus sehingga implikasi pajaknya agak rumit dari kegiatan perdagangan offline. Hal ini terjadi karena transaksi E-commerce menawarkan produknya melalui internet dengan menggunakan dokumen elektronik (*Digital Document*), dengan munculnya transaksi atas kegiatan E-commerce tidak menimbulkan atau menyebabkan suatu jenis pajak baru. Pajak yang diterapkan pada transaksi E-commerce sama halnya dengan pengenaan pajak terhadap penjualan konvensional. Seperti yang sudah di atur oleh Direktorat Jenderal Pajak melalui Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 dan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2015, pajak yang terutang melalui transaksi

offline dan pajak yang terutang melalui transaksi E-commerce telah dipungut sesuai dengan aturan yang berlaku. Sehingga penjual yang berjualan secara offline ataupun online melalui E-commerce dapat sama-sama melaksanakan kewajiban perpajakannya. Tidak ada perbedaan tarif pajak yang dikenakan atas transaksi melalui E-commerce dengan transaksi penjualan offline.

Bagi Online Merchant yang memiliki Penghasilan dibawah Rp.4.800.000.000,00 Miliar baik orang pribadi maupun badan dikenakan tarif PPh 0,5% (PPh Final) sesuai dengan peraturan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun (2013) dan diubah menjadi Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun (2018) Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto tertentu. Dan untuk Online Merchant yang memiliki Penghasilan diatas Rp.4.800.000.000,00 Miliar untuk orang pribadi dikenakan Tarif PPh Pasal 17 (Progresif) sebagaimana dengan yang dimaksud UU No. 36 Tahun (2008), PPh Pasal 17 menjelaskan secara terperinci tentang tarif yang digunakan untuk menghitung penghasilan kena pajak. Tarif pajak yang dikenakan untuk Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri dapat dilihat dengan tabel berikut:

Tabel 2. Tarif Pajak Penghasilan Menurut Pasal 17

Lapisan Penghasilan Kena Pajak	Tarif
s.d 50.000.000	5%
Diatas 50.000.000 s.d 250.000.000	15%
Diatas 250.000.000 s.d 500.000.000	25%
Di atas 500.000.000	30%

Online Merchant yang mempunyai penghasilan diatas Rp.4.800.000.000,00 Miliar untuk Badan dikenakan Tarif Tunggal Badan yaitu 22%, Menurut Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPU) No.1 Pasal 5 Tahun (2020), mulai tahun pajak 2020 tarif Pajak Penghasilan menurut Pasal 17 Undang-Undang PPh akan diturunkan yaitu: Penyesuaian tarif Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan dalam negeri dan Bentuk Usaha Tetap (BUT) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a berupa penurunan tarif Pasal 17 ayat (1) huruf b Undang-Undang mengenai Pajak Penghasilan menjadi sebesar 22% yang berlaku pada Tahun Pajak 2020 dan 2021 dan 20% yang mulai berlaku pada Tahun Pajak 2022. Sebelum keluarnya Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 7 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (SPNBE)/*Road Map E-commerce* Tahun 2017-2019 (Peraturan Presiden Republik Indonesia 2017), penegasan terhadap aspek perpajakan E-commerce sebelumnya telah di atur pada Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-commerce lalu setelah itu dikeluarkan lagi Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi E-commerce. Dalam Surat Edaran tersebut dijelaskan output dari mekanisme Pajak Penghasilan Online Merchant E-commerce atau biasa disebut *Withholding System Tax* yaitu suatu system pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk memotong atau memungut pajak yang terutang oleh Wajib Pajak (Mardiasmo 2018:10), Ketika Online Merchant mempekerjakan seseorang untuk kelancaran proses penjualannya maka Online Merchant dikenakan PPh 21, lalu saat pengembangannya Online Merchant membutuhkan jasa Konsultan untuk mendesign strategi pemasarannya, membutuhkan jasa ekspedisi dan sebagainya artinya Online Merchant membutuhkan jasa profesional maka Online Merchant dikenakan PPh 23. Apabila Online Merchant menyewa Gedung untuk menyimpan barang mereka maka Online Merchant dikenakan PPh Final Pasal 4 ayat 2. Dan ketika Online Merchant mempekerjakan seseorang Warga Negara Asing (WNA) maka Online Merchant dikenakan PPh 26.

Jaringan distribusi Online Merchant A, B, C, dan D mempunyai toko offline di Kota Manado, sedangkan Online Merchant E dan F hanya berjualan secara online. Penjualan offline yang dilakukan bertujuan untuk menaikkan penjualan dengan menggunakan cara mendekati diri ke konsumen secara pribadi untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen serta bertujuan untuk menaikkan pendapatan. Dan penjualan online merupakan tempat promosi untuk memperpanjang alur pendistribusian produknya. Selanjutnya kepemilikan pegawai, Online Merchant A memiliki 2 pegawai, Online Merchant B 4 pegawai, Online Merchant C 3 Pegawai dan Online Merchant D 2 pegawai, sedangkan untuk Online Merchant E dan F tidak memiliki pegawai.

Berdasarkan Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi E-commerce, mengatakan bahwa E-commerce, dibagi menjadi 4 model bisnis, yaitu: Online Marketplace, Classified Ads, Daily Deals, dan Online Retail. Dari ke-4 model tersebut Online Merchant A, D, dan F termasuk ke dalam model bisnis Classified Ads yaitu Memasarkan produk dengan memasang iklan yang ditunjukkan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara Classified Ads. Sedangkan untuk Online Merchant B, C, dan E termasuk ke dalam model bisnis Online Marketplace yaitu kegiatan jual-beli online yang dilakukan oleh Online Marketplace Merchant di dalam Toko Internet melalui situs Mal Internet. Pajak Penghasilan yang sudah diterapkan oleh Online Merchant A, B, C, dan D merupakan bentuk bisnis yang berjualan bukan hanya secara offline saja, tetapi juga berjualan secara online. Oleh karena itu penerapan pajak penghasilannya berhubungan dengan transaksi secara offline dan juga online. Pajak Penghasilan yang sudah diterapkan oleh Online Merchant A, B, C, dan D yaitu PPh Final dengan tarif 0,5% dari penghasilan bruto sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2013, dan diperbaharui menjadi PP Nomor 23 Tahun 2018. Tetapi Online Merchant A tidak melakukan pemotongan PPh 21 atas Karyawan dan PPh Pasal 4 ayat 2 atas sewa bangunan, sementara itu untuk Online Merchant C, dan D tidak melakukan pemotongan PPh 21 atas Karyawan dan PPh 23 atas Jasa Ekspedisi yang dipakai. Dan untuk Online Merchant E dan F hanya berjualan secara online melalui platform E-commerce yang ada di Indonesia dan Sosial Media. Online Merchant E dan F tidak melakukan pelaporan perpajakannya, Online Merchant E mengaku bahwa ia tidak tahu akan kewajiban perpajakannya. Ia mengira bahwa Pajak Penghasilannya hanya dikenakan untuk penjual konvensional yang memiliki toko dan karyawan. Online Merchant E menganggap bahwa biaya admin yang diberikan pada platform E-commerce adalah Pajak yang sudah dipotong dari penghasilannya, nyatanya itu hanyalah biaya yang dikenakan apabila Online Merchant membuka toko internet didalam suatu platform E-commerce, sedangkan Online Merchant F mengaku bahwa ia tidak tahu akan kewajiban perpajakannya. Ia berpendapat dirinya bukan lah Wajib Pajak, karena hanya berjualan secara Online dan tidak mempunyai Toko Fisik.

Sebagai contoh skema perhitungan Online Merchant :

$$0,5\% \times \text{Rp}25.000.000 = \text{Rp}125.000$$

Maka PPh Final yang harus dibayarkan adalah Rp125.000 dalam satu bulan

Dari hasil wawancara ke 6 Online Merchant yang menjadi informan dalam penelitian ini tidak mengetahui adanya Pajak Penghasilan yang dikenakan kepada Online Merchant. Online Merchant A membayar pajak karena dirinya sadar sudah termasuk sebagai kategori Wajib Pajak, Online Merchant B awalnya tidak membayar pajak tetapi mulai ditahun ini sudah membayar kewajiban perpajakannya, tetapi Online Merchant B tidak mengetahui adanya pajak untuk Online Merchant, Online Merchant C berpendapat bahwa tidak ada perbedaan antara pelaporan perpajakan dari penjualan offline dan online, Online Merchant D baru mengetahui adanya pajak yang dikenakan kepada Online Merchant setelah adanya wawancara ini, ia hanya mengetahui pajak dengan tarif 0,5% saja, Online Merchant E berpendapat bahwa ia tidak dikenakan pajak karena hanya berjualan online saja dan tidak memiliki toko fisik dan karyawan, ia mengira biaya admin yang dikenakan platform adalah pajak yang dibayarkannya, dan Online Merchant F menganggap bahwa ia tidak mengetahui

adanya pajak penghasilan yang dikenakan untuk Online Merchant, baginya pajak tersebut tidak diharuskan dilakukan pemungutan karena Online Merchant F juga tidak memiliki toko fisik.

Saat ini pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sudah melakukan Pengawasan yaitu dengan 3 (tiga) cara sistem pengawasan: Mencocokkan data internal dengan sosial media dimana AR (*Account Representative*) melakukan penggalian data dengan data internal yang sudah ada di Kantor Pajak sesuai dengan wilayah perpajakannya, lalu setelah itu AR melakukan perbandingan data internal dengan data secara Online melalui Sosial Media seperti Tokopedia, Shopee, Facebook, Instagram, Platform E-commerce lainnya. Apabila terdapat Toko Online yang sudah memenuhi syarat sebagai Wajib Pajak maka akan dicocokkan apakah Toko Online tersebut sudah terdaftar sebagai Pengusaha Kena Pajak atau tidak, apabila belum maka akan dikirimkan surat himbuan untuk mendaftar sebagai Pengusaha Kena Pajak. Selanjutnya teknik web scraping, yaitu proses pemisahan data dengan jumlah besar dari sebuah website secara otomatis ke dalam satu database. Web scraping dilakukan dengan menggunakan beberapa Tools yaitu seperti Botsol, G Map Extractor, Leads Extractor B2B Google Maps Edition, Octoparse, Python, Web scraper dan Google Maps Platform. Caranya adalah AR memilih Website yang ingin diambil data nya, setelah itu dimasukkan Tools untuk memperolehnya, setelah itu akan otomatis data tersebut masuk ke dalam satu database. Dan terakhir ekstensifikasi pajak, yaitu perluasan basis pajak dengan mencari wajib pajak baru. Apabila Online Merchant membuka Toko Online dan sudah memenuhi syarat untuk ditetapkan sebagai Wajib Pajak, tetapi tidak mengetahui kewajiban perpajakannya, maka Direktorat Jenderal Pajak akan mendeteksinya sebagai Wajib Pajak. Direktorat Jenderal Pajak akan mengirimkan Surat Himbuan untuk Online Merchant untuk bisa daftar sebagai wajib pajak untuk dapat memperoleh NPWP.

Ada beberapa kendala yang dihadapi oleh Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Sulutenggomalu dalam melakukan pengawasan, yaitu sulit mendeteksi identitas Online Merchant serta terbatasnya data transaksi E-commerce, kegiatan jual-beli E-commerce ini sifatnya sangatlah luas dan sulit untuk dijangkau, sebelumnya apabila penjualan konvensional Direktorat Jenderal Pajak bisa memastikan lokasi usahanya karena jelas memiliki toko dan keberadaan pelaku usahanya berbeda dengan penjualan secara Online sulitnya untuk mengidentifikasi identitas Wajib Pajak karena Online Merchant sendiri tidak menggunakan nama asli tetapi biasanya Online Merchant menggunakan nama samaran dan atau nama Toko Online mereka, dan keberadaan lokasi mereka pun sulit untuk dideteksi karena kebanyakan Online Merchant tidak memiliki Toko Fisik, karena tidak mempunyai Toko Fisik ini menyebabkan sulitnya DJP untuk melakukan kegiatan intensifikasi atau ekstensifikasi maupun penegakan hukum terhadap Online Merchant, data transaksi kegiatan E-commerce yang dimiliki oleh Pihak DJP masih sangatlah terbatas, meskipun sudah memanfaatkan kemudahan teknologi seperti web scraping tetapi cara tersebut belum sepenuhnya efektif untuk mendapatkan seluruh data transaksi setiap Online Merchant di tiap-tiap Platform E-commerce. Ada begitu banyak data yang tersedia di internet sehingga tidak dapat dilakukan secara manual satu per satu, sedangkan AR DJP tidak bisa menunggu data dari situs yang disediakan DJP. Teknik web scraping dapat membantu AR secara otomatis mengekstrak data untuk digunakan dalam kegiatan operasional pengumpulan potensi perpajakan. Meskipun demikian, metode ekstraksi data ini masih tergolong tradisional, membutuhkan usaha yang cukup besar dan memiliki banyak kendala dalam metode itu sendiri (Djufri 2020). Kesadaran dan Pemahaman Wajib Pajak yang masih rendah, hal ini dapat dibuktikan dengan pernyataan Wajib Pajak yang belum paham tentang jenis PPh yang dikenakan untuk Online Merchant, dan Online Merchant masih belum sadar bahwa mereka adalah seorang Wajib Pajak, Online Merchant merasa bahwa mereka bukan termasuk sebagai seorang Wajib Pajak karena tidak memiliki Karyawan, Gudang atau bahkan Toko Fisik, hal ini juga dibuktikan dari hasil penelitian (Haryadi and Sari 2020) kesadaran pelaku bisnis yang masih rendah merupakan salah satu penghambat pajak E-commerce, padahal jika Wajib Pajak sadar akan perpajakannya, hal ini

akan berdampak positif pada kepatuhan wajib pajak (Sari 2017). Sosialisasi belum dilakukan secara menyeluruh, sosialisasi yang dilakukan oleh Pihak Direktorat Jenderal Pajak belum dirasakan oleh beberapa Online Merchant di Kota Manado, beberapa Online Merchant yang menjadi Informan pun menegaskan bahwa mereka belum pernah mendapatkan sosialisasi tentang Perpajakan atas kegiatan E-commerce ini. Menurut (Andhika and Putra 2019) Sosialisasi peraturan perpajakan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan akan tingkat kepatuhan WP E-commerce dan hal ini diharapkan Online Merchant yang mendapatkan sosialisasi bisa segera untuk melaporkan perpajakannya sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Online Merchant pada E-commerce di Kota Manado maka dapat disimpulkan bahwa Penerapan Pajak Penghasilan yang dilakukan oleh Online Merchant di Kota Manado tidak berjalan sepenuhnya sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Terdapat 4 Online Merchant yang menjadi informan dalam penelitian ini melaporkan Pajaknya karena mereka memiliki usaha konvensional. Sedangkan 2 online merchant yang hanya berjualan secara online tidak melaporkan pajaknya, karena tidak mengetahui bahwa adanya pajak yang dikenakan atas kegiatan E-commerce ini. Sama halnya dengan ke 4 online merchant yang melaporkan pajaknya, mereka tidak mengetahui bahwa Online Merchant juga dikenakan Pajak Penghasilan yang sama dengan Penjual Konvensional.

Kanwil DJP Suluttenggomalu masih belum bisa sepenuhnya mendapatkan data berupa daftar online merchant yang khususnya berada di Kota Manado, terutama menjangkau data diri Online Merchant dari semua sosial media maupun platform E-commerce. Selain itu, teknik web scraping masih mempunyai kendala, karena tidak semua hasil ekstraksi data dapat terbaca dengan jelas atau data tersebut bisa rusak, dan biasanya tidak semua website dapat di ekstrak datanya, karena untuk alasan keamanan, web developer akan selalu mengupdate situs mereka dalam hal kode dan struktur websitenya. Kanwil DJP Suluttenggomalu pun masih kurang melakukan sosialisasi pemahaman tentang pajak penghasilan E-commerce serta proses administrasi perpajakannya yang masih ambigu karena tidak ada klasifikasi khusus untuk Online Merchant sehingga masih susah untuk mendapatkan data wajib pajak yang terdaftar dan tidak terdaftar.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah dengan memperketat izin Online Merchant untuk membuka toko online, dan bekerja sama dengan platform E-commerce yang ada di Indonesia. Apabila Online Merchant ingin membuka Toko Online, mereka wajib mendaftarkan data diri secara lengkap beserta dengan NPWP dan NIK KTP, apabila penjual dibawah umur 17 tahun, maka bisa diwakilkan dengan menggunakan NPWP dan NIK KTP dari orang tua yang bersangkutan. Ketika dalam jangka waktu 1 tahun Online Merchant sudah termasuk dalam kategori Wajib Pajak maka pihak platform E-commerce bisa memberitahukan kepada Direktorat Jenderal Pajak untuk diberikan surat himbuan kepada Online Merchant untuk melaporkan Pajak Penghasilannya. Selanjutnya Pemerintah perlu melakukan sosialisasi baik dalam media offline dan online mengenai peraturan pajak atas kegiatan E-commerce, terutama Pajak Penghasilan, cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan seminar-seminar untuk masyarakat umum terutama Online Merchant yang ada di Kota Manado. Pemerintah juga bisa memasang spanduk atau baliho untuk memperkenalkan Peraturan Pajak Penghasilan E-commerce ini di tiap-tiap titik di Kota Manado, serta Pemerintah bekerja sama dengan platform-platform E-commerce dan Media Sosial untuk memberikan Notifikasi khusus kepada Online Merchant untuk melaporkan perpajakannya. Dan yang terakhir Direktorat Jenderal Pajak dapat bisa membuat "Klasifikasi" untuk para Online Merchant E-commerce, walaupun sulit untuk diberlakukannya tetapi harus ada progress untuk membuat klasifikasi ini, karena saat ini sudah banyak para Online Merchant yang bergabung pada

platform E-commerce di Indonesia dan luar negeri. Klasifikasi ini dibuat untuk dapat mendata Online Merchant yang sudah terdaftar pada Kantor Pajak di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika, Rachmat, and Rio Johan Putra. 2019. "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Sosialisasi E-Commerce Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Peran Direktorat Jenderal Pajak Dalam Pelayanan Perpajakan Sebagai Variabel Moderating." *Jurnal Media Akuntansi Perpajakan* 4(9).
- Ar-Robi, Muhammad Ridho, and Berto Mulia Wibawa. 2019. "Analisis Tingkat Kepuasan Dan Performa Pada Merchant OVO Di Surabaya." *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 8(1).
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Statistik E-Commerce 2019*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik E-Commerce 2020*. Jakarta.
- Cahyadi, Amelia, and Indra Oka Margana. 2018. "Kebijakan Optimasi Pajak Penghasilan Dalam Kegiatan E-Commerce." *Veritas et Justitia* 4(2).
- Dewi, Mastriati Hini Hermala. 2019. "Analisa Dampak Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional." *Jurnal Ekonomia* 9(1).
- Djufri, Mohammad. 2020. "Penerapan Teknik Web Scraping Untuk Penggalan Potensi Pajak (Studi Kasus Pada Online Market Place Tokopedia, Shopee Dan Bukalapak)." *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan* 13(2).
- Haryadi, Bambang, and Agus Sari. 2020. "Menakar Potensi Penerimaan Negara Atas Pajak E-Commerce, Tarik Ulur Regulasi Dan Hambatan Penerimaan Pajak E-Commerce: Suatu Kajian Literatur." *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen* 4(3).
- Hasanudin, Agus Ismaya, Dadan Ramdhani, and Muhamad Deny Bagas Giyantoro. 2020. "Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce Dan Jumlah Pajak Yang Disetor." *Tirtayasa Ekonomika* 15(1).
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Pajak. 2013. *Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Pajak. 2015. *Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 Tentang Pemotongan Dan/Atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi E-Commerce*.
- Leonardo, Posma, and Christine Tjen. 2020. "Penerapan Ketentuan Perpajakan Pada Transaksi E-Commerce Pada Platform Marketplace." *JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan* 8(1).
- Mardiasmo. 2018. *Perpajakan*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Moleong, Lexi J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munthe, Desi Triana. 2020. "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Penerimaan Pajak." *Jurnal Perpajakan* 1(2).
- Olii, Mohamad Rivai, Maria Heny Pratiknjo, and Jenny Nelly Matheosz. 2020. "Online Shop Sebagai Alternatif Berbelanja Masyarakat Kota Manado." *Jurnal Holistik* 13(4).
- Pemerintah Republik Indonesia. 2020. *Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia 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*.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 2013. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu*.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 2018. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Di Terima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu*.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. 2017. *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor*

74 Tahun 2017 Tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map E-Commerce) Tahun 2017-2019.

- Rosalinawati, Emma, and Syaiful. 2018. "Analisis Pajak Penghasilan Atas Transaksi E-Commerce Di Kabupaten Gresik." *JIATAX (Journal of Islamic Accounting and Tax)* 1.
- Sari, Ririn Puspita. 2018. "Kebijakan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce." *Jurnal Akuntanbel* 15(1).
- Sari, Viega Ayu Permata. 2017. "Pengaruh Tax Amnesty, Pengetahuan Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 6.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Turban, Efraim, David King, Jae Kyu Lee, Ting-Peng Liang, and Deborrah C. Turban. 2015. *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective (8th Ed)*. Switzerland: Springer International Publishing. Springer.
- Undang-Undang Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Ke Empat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan*.
- Valentino, Finanto, and I. Gusti Ngurah Wairocana. 2018. "Potensi Perpajakan Terhadap Transaksi E-Commerce Di Indonesia." *Journal Ilmu Hukum* 1.
- Yoganingsih, Tutiek, and Cahyadi Husadha. 2021. "Eksistensi Pajak E-Commerce." *Jurnal Buana Akuntansi* 6.