

SKRIPSI

DAMPAK TRANSAKSI *E-COMMERCE* TERHADAP PENERIMAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (STUDI KASUS PADA KPP PRATAMA MAROS)

disusun dan diajukan oleh

DIAN PRISCILLA FEBRYELA
A031201114



kepada

DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

SKRIPSI

DAMPAK TRANSAKSI *E-COMMERCE* TERHADAP PENERIMAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (STUDI KASUS PADA KPP PRATAMA MAROS)

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**DIAN PRISCILLA FEBRYELA
A031201114**



kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

DAMPAK TRANSAKSI *E-COMMERCE* TERHADAP PENERIMAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (STUDI KASUS PADA KPP PRATAMA MAROS)

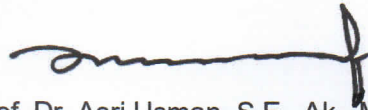
disusun dan diajukan oleh

DIAN PRISCILLA FEBRYELA
A031201114

telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan

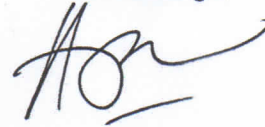
Makassar, 27 November 2023

Pembimbing I



Prof. Dr. Asri Usman, S.E., Ak., M.Si.,
CA., CRA., CRP
NIP 19651018 199412 1 001

Pembimbing II



Drs. Haerial, Ak., M.Si., CA
NIP 19631015 199103 1 002

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA
NIP 19650307 199403 1 003

SKRIPSI

DAMPAK TRANSAKSI *E-COMMERCE* TERHADAP PENERIMAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (STUDI KASUS PADA KPP PRATAMA MAROS)

disusun dan diajukan oleh

DIAN PRISCILLA FEBRYELA
A031201114

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **23 November 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. Asri Usman, S.E., Ak., M.Si., CA., CRA., CRP	Ketua	1 
2.	Drs. Haerial, Ak., M.Si, CA	Sekretaris	2 
3.	Prof. Dr. Syarifuddin, S.E., Ak., M.Soc, Sc, CA	Anggota	3 
4.	Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP	Anggota	4 

Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin





Dr. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., Ak., ACPA
NIP 19650307 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Dian Priscilla Febryela
NIM : A031201114
departemen/Program Studi : Akuntansi / Strata Satu (S1)

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

DAMPAK TRANSAKSI *E-COMMERCE* TERHADAP PENERIMAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (STUDI KASUS PADA KPP PRATAMA MAROS)

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 2023

Yang membuat pernyataan,



Dian Priscilla Febryela

PRAKATA

Puji Syukur seraya penuh rasa terima kasih peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas perkenananNya sehingga skripsi yang sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) ini dapat terselesaikan dengan baik. Di balik hasil yang peneliti capai, segan bagi peneliti untuk mengakuinya sebagai usahanya sendiri. Banyak hal yang tidak mampu peneliti dapatkan bila hanya mengandalkan dirinya sendiri. Oleh karena itu, tidaklah pantas bagi manusia untuk menyanjung dan memegahkan dirinya seolah tak membutuhkan peranan orang lain.

1. Kepada kedua orang tua tercinta peneliti, Papa dan Mama. Papa yang dalam setiap masa dan waktu selalu mendoakan, menguatkan dan memberi semangat di tengah betapa rumitnya peneliti menghadapi tugas dan tanggung jawabnya. Mama yang dalam setiap masa dan waktu selalu mendoakan dan mengingatkan untuk tetap berserah kepada Tuhan. mengangkat tugas dan tanggung jawab sebagai seorang mahasiswa. Tak lupa juga peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada saudara peneliti yang selalu mendoakan dan memotivasi peneliti untuk tetap tekun dalam mengangkat tugas dan tanggung jawab sebagai seorang mahasiswa.
2. Kepada kedua dosen pembimbing peneliti, bapak Prof. Dr. Asri Usman, S.E., Ak., M.Si., CA., CRA., CRP. selalu mengarahkan peneliti menyusun sebuah karya hingga menjadi sangat baik dan bapak Drs. Haerial, Ak., M.Si., CA yang selalu siap sedia untuk ditemui dan banyak memberikan arahan demi kemajuan penelitian ini. Banyak-banyak terima kasih peneliti sampaikan atas jasa-jasa beliau, walaupun peneliti menyadari dengan sangat bahwa tidak ada sesuatu pun yang dapat membalas kebaikan beliau-beliau.

3. Kepada kedua dosen penguji peneliti, bapak Prof. Dr. Syarifuddin, S.E., Ak., M.Soc.Sc., CA dan ibu Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP yang banyak memberikan masukan yang sangat baik dalam rangka membuat penelitian ini menjadi lebih baik. Peneliti merasa sangat terbantu dengan setiap arahan yang selalu diberikan.
4. Kepada dosen pendamping akademik peneliti, ibu Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP yang selalu peduli dan mengarahkan peneliti dalam menempuh perkuliahan di Program Studi Akuntansi Universitas Hasanuddin.
5. Kepada teman-teman seperjuangan peneliti di mana peneliti banyak terbantuan oleh mereka dan tidak lupa akan dukungan moril dari George, Cili, Frety, dan Kevin; serta teman-teman In20nation yang selalu menyemangati peneliti mulai dari awal penyusunan proposal hingga menjadi satu karya yang utuh. Peneliti berterima kasih setiap saat kepada Tuhan atas anugerah waktu dan kesempatan dapat mengenal kalian semua.

Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.

Makassar, 13 November 2023



Peneliti

ABSTRAK

Dampak Transaksi *E-Commerce* Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (Studi Kasus Pada KPP Pratama Maros)

The Impact of E-Commerce Transactions on Value Added Tax Revenues (Case Study at KPP Pratama Maros)

Dian Priscilla Febryela
Asri Usman
Haerial

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui dampak transaksi *e-commerce* jenis barang terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di area Kabupaten Maros yang merupakan salah satu sumber pendapatan bagi negara dan pembangunan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan mengumpulkan data sekunder, serta metode analisis berupa deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan PPN dari wajib pajak yang melakukan transaksi *e-commerce* di area Kota Makassar pada tahun 2018 adalah sebesar Rp. 28 milyar, tahun 2019 menurun 22% menjadi Rp. 22 milyar dari tahun sebelumnya. Lalu penerimaan pada tahun 2020 sebesar Rp. 18 milyar atau menurun 18% dari tahun sebelumnya, serta pada tahun 2021 sebesar Rp. 17 milyar, yang berarti menurun juga sebesar 4% dari tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebanyak 69% dengan nilai penerimaan sebesar Rp. 29 milyar.

Kata kunci: *E-Commerce*, Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

The purpose of this research was to determine the impact of e-commerce transactions on types of goods on Value Added Tax (PPN) revenues in Maros area, which is one of the sources of income for the state and development. This type of research is descriptive by collecting secondary data, and the method of analysis is descriptive quantitative. The results showed that VAT receipts from taxpayers who conducted e-commerce transactions in Maros area in 2018 amounted to Rp. 28 billion, in 2019 it decreased 22% to Rp. 22 billion from the previous year. Then revenues in 2020 amounted to Rp. 18 billion or an decrease of 18% from the previous year, and in 2021 amounted to Rp. 17 billion, which means an decrease of 4% from the previous year. However, in 2022 it increased by 69% with a total revenue of Rp. 29 billion.

Keywords: *E-Commerce*, Value Added Tax (VAT).

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	5
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	7
2.1.1.1 Pengertian <i>E-Commerce</i>	7
2.1.1.2 Komponen Dalam <i>E-Commerce</i>	8
2.1.1.3 Manfaat <i>E-Commerce</i>	10
2.1.1.4 Model Transaksi <i>E-Commerce</i>	11
2.1.2 Pajak	12
2.1.2.1 Pengertian Pajak	12
2.1.2.2 Ciri-Ciri Pajak.....	13
2.1.2.3 Fungsi Pajak.....	13
2.1.2.4 Jenis Pajak	14
2.1.2.5 Sistem Pemungutan Pajak.....	15
2.1.3 Pajak Pertambahan Nilai (PPN).....	16
2.1.3.1 Pengertian Pengertian Pajak Pertambahan Nilai (PPN).....	16
2.1.3.2 Objek PPN.....	16
2.1.3.3 Barang Kena Pajak	17
2.1.3.4 Jasa Kena Pajak	18
2.1.3.5 Subjek PPN	20
2.1.3.6 Saat Terutang PPN	21
2.1.3.7 Faktur Pajak	21
2.1.3.8 Dasar Pengenaan Pajak	23
2.1.3.9 Tarif PPN	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30

3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN	32
4.1 Gambaran Objek Penelitian	32
4.1.1 Sejarah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Maros	32
4.1.2 Visi dan Misi	33
4.1.3 Struktur Organisasi	34
4.2 Hasil Penelitian	37
4.2.1 Mekanisme PPN Terhadap <i>E-Commerce</i>	37
4.2.1.1 Penyetoran PPN PMSE	44
4.2.1.2 Pelaporan PPN PMSE	45
4.2.2 Dampak Transaksi <i>E-Commerce</i> Terhadap Penerimaan PPN	47
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Keterbatasan.....	57
5.3 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Penelitian Terdahulu.....	26
4.1 Transaksi dan Pihak yang Memungut dan Menyetor PPN PMSE	43
4.2 Aktivitas <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2018 s.d 2022	47
4.3 Nilai Transaksi Perusahaan <i>E-Commerce</i> Tahun 2018 s.d 2022.....	48
4.4 Data Realisasi Penerimaan PPN Secara Umum.....	50
4.5 Data Penerimaan PPN Berdasarkan Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pikir	29
4.1 Struktur Organisasi KPP Pratama Maros	34
4.2 Alur Transaksi dan Subjek yang Terlibat dalam Transaksi PMSE.....	39
4.3 Transaksi dan Pihak yang Memungut dan Menyetor PPN PMSE	42

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	Halaman
1 Biodata.....	62
2 Kuesioner Penelitian	63

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digitalisasi telah mengalami kemajuan dan penyebaran yang pesat di berbagai aspek kehidupan manusia di seluruh dunia. Era teknologi saat ini telah berkembang pesat. Hampir semua hal yang menjadi terhubung dengan teknologi dan bergantung pada kemajuan teknologi. Era ini disebut juga sebagai era modern yang hampir semua kegiatan manusia terkait dan dikendalikan oleh kemajuan teknologi yang canggih. Salah satu aspek paling mencolok dari digitalisasi adalah penggunaan internet (*interconnecting*). Internet telah menjadi unsur yang tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari manusia. Dalam berbagai kalangan, penggunaan internet sudah menjadi hal yang umum. Mulai dari para pengelola media massa, penerbit buku, dosen, guru, pustakawan, pedagang, hingga sektor pemasaran, seluruhnya mengandalkan internet dalam menjalankan kegiatan mereka (Mustakim, 2020).

Internet dimanfaatkan sebagai media komunikasi dan *sharing* data. Hampir seluruh kegiatan perekonomian di seluruh dunia pada saat ini telah ditopang oleh penggunaan internet. Salah satu contohnya adalah penerapan teknologi di bidang perdagangan yang dikenal sebagai *e-commerce* (*electronic commerce*). Menurut Mustakim (2020), *e-commerce* adalah pembelian serta penjualan barang serta jasa, ataupun transmisi dana maupun data, melalui jaringan elektronik, utamanya internet. Transaksi bisnis ini dapat berlangsung sebagaimana bisnis-ke-bisnis, bisnis-ke-konsumen, konsumen-ke-konsumen ataupun konsumen-ke-bisnis. Istilah *e-commerce* serta *e-bisnis* selalu dipakai secara bergiliran. Sebagaimana Adeogroup (2020), lebih dari 60% orang di

seluruh dunia mempergunakan internet guna membeli barang, menentukan layanan, serta memperoleh barang.

E-Commerce telah merubah gaya hidup masyarakat serta terus memikat mereka dengan berbagai keuntungan yang ditawarkannya, sebagaimana kenyamanan, kemudahan, efisiensi waktu, serta sejumlah manfaat yang lain bagi pelanggan serta konsumen. Desain situs web *e-commerce* yang dikembangkan secara baik mampu menciptakan keahlian terpenting bagi para pengunjung online, menggugah mereka guna kembali dan melakukan pembelian produk atau layanan tersebut. (Adeogroup, 2020). Pemakaian *e-commerce* menjadi syarat pada sebuah organisasi/perusahaan supaya bisa beradu secara global yang mewajibkan kreatifitas dikarenakan maraknya kompetitor serta kompleksitas dunia bisnis dan juga memaksimalkan pelanggan. Perkembangan bisnis *e-commerce* ditandai oleh kemunculan *startup* dan situ *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Netflix, Spotify, dan lainnya. Situs-situs ini tidak hanya menjual produk tetapi juga menyediakan jasa secara *online*. Mereka terus berkembang dengan mengikuti perkembangan zaman dan terus menambah fitur-fitur baru untuk memudahkan pelanggan dalam berbelanja *online*. Sebagai contoh, Shopee telah menambahkan fitur “bayar nanti” atau *paylater* yang memungkinkan pemberian kredit secara *online* melalui platform tersebut.

Kepala Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran BI, Filianingsih Hendarta mengatakan bahwa transaksi *e-commerce* secara tahunan mengalami pertumbuhan pada nilai dan juga volumenya. Pada Februari 2022, nilai transaksi *e-commerce* tercatat telah mencapai 30,8 triliun dan volume transaksi *e-commerce* sebesar 222,9 juta transaksi (Ramli, 2022). Lidwina (2021), mengatakan bahwa Indonesia menempati posisi tertinggi di dunia dalam hal penggunaan *e-commerce* yaitu sebesar 88,1%. Angka tersebut berdasarkan hasil survey *We Are Social* pada

bulan April 2021 lalu. Kemudian, berdasarkan analisis RedSeer, nilai transaksi *e-commerce* Indonesia diperkirakan dapat meningkat menjadi US\$137,5 miliar pada tahun 2025 mendatang (Pahlevi, 2022). Melihat fakta tersebut, upaya pemerintah Indonesia untuk mengejar pajak *e-commerce* menjadi sangat masuk akal karena potensi penerimaan pajaknya sangat besar. Potensi pajak digital ini juga dapat membantu pemerintah dalam merealisasikan target penerimaan pajak (Selano, 2020).

Sebelumnya perlakuan pajak *e-commerce* sama halnya dengan pemberlakuan pajak dalam perdagangan lainnya, termasuk belum ada peraturan khusus mengenai perpajakan yang menangani transaksi *e-commerce* ini. Kemudian pemerintah mengeluarkan aturan terkait pemajakan pada transaksi *e-commerce* yang disusun dalam PMK Nomor 210/PMK.010/2018 mengenai Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*). Akan tetapi, kesepakatan tersebut telah dihapuskan. Dampak dari penghapusan peraturan ini adalah bahwa pihak *e-commerce* tidak lagi diwajibkan untuk membantu pemerintah dalam mengumpulkan data terkait *e-commerce*.

Selain itu, penghapusan ini menyebabkan tidak ada penegasan mengenai kewajiban pembayaran pajak bagi pihak *e-commerce* lintas negara. Tahun 2020, regulasi yang menyusun terkait pajak pada transaksi *e-commerce* kembali diterbitkan oleh pemerintah yang diatur dalam PMK Nomor 48/PMK.03/2020 mengenai Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan, dan Penyerahan, serta Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud serta Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean melalui Perdagangan melalui Sistem Elektronik ataupun yang biasa. Namun, regulasi ini belum bisa menelaah perkembangan peraturan

penyesuaian tarif Pajak Pertambahan Nilai, akibatnya status dari regulasi ini tidak berlaku lagi.

Pemerintah kemudian menerbitkan regulasi terbaru dari yang sebelumnya, yaitu PMK Nomor 48/PMK.03/2020 menjadi PMK Nomor 60/PMK.03/2022 tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan, dan Penyerahan, dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud serta Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean melalui Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Tujuan dari regulasi ini adalah untuk lebih membagikan kepastian hukum, keadilan, serta menyelaraskan ketentuan terkait tarif pajak pertambahan nilai serta pelaporan pajak pertambahan nilai yang sebelumnya sejumlah 10% menjadi 11% yang mulai berlaku pada tanggal 1 April 2022 hingga sekarang.

Di latar belakang oleh meningkatnya penggunaan internet yang menyebabkan semakin berkembangnya bisnis *e-commerce*, serta adanya kenaikan tarif yang sebelumnya sejumlah 10% naik menjadi 11%, maka peneliti tertarik untuk mengkajinya berdasarkan fenomena diatas melalui penelitian skripsi yang berjudul “**Dampak Transaksi *E-Commerce* Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (Studi Pada KPP Pratama Maros)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dirincikan, terdapat rumusan masalah pada penelitian ini yakni:

1. Bagaimana mekanisme penerapan pajak pertambahan nilai terhadap transaksi *e-commerce*?
2. Bagaimana dampak transaksi *e-commerce* terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai?

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari pelaksanaan penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui dampak dari adanya transaksi e-commerce terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai.
2. Untuk mengetahui perubahan penerimaan ppn setelah mengalami peningkatan tarif menjadi 11%.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dinantikan dapat menunjang proses perkembangan ilmu pengetahuan terkhusus dalam hal perpajakan. Selain itu juga diharap senantiasa digunakan untuk sumber referensi bagi para akademisi yang ingin mengembangkan penelitian sejenis.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memungkinkan pelaksanaan peraturan yang berkaitan dengan kebijakan serta praktik pertukaran informasi terkait tujuan pajak. Selain itu, penelitian ini diharap berfungsi sebagai referensi dalam hal mendalami kebijakan dan praktik pertukaran informasi untuk tujuan pajak.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar pembaca bisa dengan mudah menguasai isi dari penelitian ini, maka digunakan sistematika tertentu. Merujuk pada Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin 2012, sistematika penulisan terbagi dalam lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membagikan gambaran umum mengenai masalah yang diteliti serta tujuan dan manfaat yang diharapkan setelah penelitian selesai. Rangkaian yang disajikan dalam pendahuluan yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengulas landasan teori yang memandu penulis dalam mengkaji permasalahan. Teori-teori yang digunakan dalam tinjauan pustaka ini didasarkan pada relevansi, akurasi, dan kompleksitas penelitian yang berkaitan dengan masalah penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat isu-isu utama yang termuat dalam bab metode penelitian, diantaranya rancangan penelitian, tempat dan waktu, jenis serta sumber data, prosedur pengumpulan data, serta analisis data.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bagian ini berisi penjelasan terkait hasil dari penelitian serta membahas bagaimana dampak transaksi *e-commerce* terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi simpulan atas hasil penelitian, saran-saran dari hasil yang terlampir pada penelitian, serta apa saja keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *E-Commerce*

2.1.1.1 Pengertian *E-Commerce*

Menurut Firmansyah dkk (2009), istilah *e-commerce*, yang juga dikenal sebagaimana perdagangan elektronik ataupun perdagangan melalui internet, merujuk pada proses pembelian dan penjualan barang atau jasa yang dilakukan secara *online* melalui internet, serta pengiriman uang dan data guna melaksanakan transaksi tersebut. Meskipun *e-commerce* sering kali dipergunakan supaya mengarah pada penjualan produk fisik secara online, istilah ini juga mencakup segala bentuk transaksi komersial yang terfasilitasi melalui internet. Berbagai jenis produk ditawarkan di dalam platform *e-commerce* ini.

Adapun harga barang ditampilkan dengan jelas yang memudahkan pembeli untuk menentukan pilihan dan melakukan pembelian. Pembeli juga dapat berkomunikasi dengan penjual melalui fitur chat yang disediakan di dalam platform *e-commerce*. Fitur ini memberikan kesempatan bagi pembeli untuk mendapatkan informasi tambahan, menanyakan pertanyaan, serta komunikasi menjadi lebih mudah dan efisien. Keunggulan lain dari *e-commerce* adalah kemampuannya dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja, tanpa batasan waktu (Firmansyah dkk, 2009).

2.1.1.2 Komponen Dalam *E-Commerce*

Dalam *e-commerce*, didapati prosedur yang khas serta berbeda dengan tahapan yang ada dalam *traditional commerce*. Beberapa komponen yang terlibat dalam mekanisme pasar *e-commerce*, yaitu (Firmansyah dkk, 2009):

1. *Customer*

Customer adalah pemakai Internet yang memiliki potensi sebagaimana target pasar yang dapat dibagikan penawaran sebagaimana produk, jasa, ataupun informasi oleh penjual.

2. Penjual

Penjual adalah entitas yang merekomendasikan produk, jasa, ataupun informasi pada pelanggan, baik individu ataupun organisasi. Proses penjualan bisa dilakukan secara langsung melalui situs web milik penjual atau melalui *marketplace*.

3. Produk

Salah satu pembeda terkait *e-commerce* dan *traditional commerce* terletak pada jenis katalog yang dijual. Dalam lingkungan *online*, penjual dapat memasarkan produk digital yang bisa dikirimkan secara langsung melalui internet.

4. Infrastruktur

Infrastruktur pasar yang mempergunakan media elektronik mencakup perangkat keras, perangkat lunak, dan sistem jaringan yang terlibat.

5. *Front end*

Front end adalah aplikasi web yang memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dan sistem. Beberapa proses bisnis

dalam *front end* meliputi portal penjual, katalog elektronik, *shopping cart*, mesin pencari, serta *payment gateway*.

6. *Back end*

Back end adalah aplikasi yang secara tidak langsung menunjang aplikasi *front end*. Seluruh kegiatan terkait pemesanan barang, manajemen inventaris, prosedur pembayaran, pengemasan, serta pengiriman barang tergolong dalam prosedur *back end*.

7. *Intermediary*

Intermediary adalah pihak ketiga yang bertindak sebagai penghubung terkait produsen dan konsumen. *Online intermediary* menolong saat memfasilitasi pertemuan antara pembeli dan penjual, menyediakan infrastruktur, serta membantu dalam menyelesaikan proses transaksi antara penjual dan pembeli. *Intermediary* tidak hanya terbatas pada perusahaan ataupun organisasi, tetapi juga bisa melibatkan individu. Seperti pada *intermediary* terdapat broker serta distributor.

8. *Partner* bisnis lain

Partner bisnis adalah entitas lain selain *intermediary* yang berkolaborasi dengan produsen.

9. *Support services*

Terdapat berbagai layanan dukungan yang saat ini tersedia secara *online*, mulai dari sertifikasi serta *trust service* yang menanggung keamanan, hingga penyedia pengetahuan *knowledge provider*.

2.1.1.3 Manfaat *E-Commerce*

Menurut Sari (2018), manfaat *e-commerce* terurai atas 3, yakni:

1. Bagi organisasi pemilik *e-commerce*, terdapat beberapa manfaat, diantaranya:
 - a. Memperluas jangkauan pasar ke tingkat nasional dan global.
 - b. Melalui *e-commerce*, biaya yang terkait dengan pembuatan, pemerosesan, distribusi, penyimpanan, serta pelacakan informasi yang memanfaatkan kertas dapat dikurangi.
 - c. *E-Commerce* mempersingkat jangka masa terkait investasi modal awal serta penerimaan produk serta layanan.
2. Bagi konsumen
 - a. Melalui *e-commerce*, konsumen memiliki kemampuan saat berbelanja ataupun melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja.
 - b. Melalui *e-commerce*, konsumen ditawarkan dengan opsi yang lebih banyak sehingga memungkinkan mereka untuk memilih produk yang beragam yang ditawarkan dari berbagai penjual.
 - c. *E-Commerce* memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan produk dan layanan dengan harga terjangkau dengan cara menjelajahi berbagai pilihan dan membandingkannya dengan cepat.
 - d. Melalui *e-commerce*, informasi yang relevan dengan rincian yang lebih lengkap dapat diterima dalam waktu yang singkat.
3. Bagi masyarakat
 - a. Masyarakat dimungkinkan untuk bekerja dari rumah, tidak perlu meninggalkan rumah untuk berbelanja yang berdampak

terhadap pengurangan arus kepadatan lalu lintas dan penurunan polusi udara..

- b. *E-Commerce* memperbolehkan masyarakat di negara-negara berkembang serta daerah pedesaan supaya memiliki akses terhadap beragam produk dan layanan yang mungkin sulit mereka dapatkan tanpa adanya platform *e-commerce*.

2.1.1.4 Model Transaksi *E-Commerce*

Berlandaskan pada surat edaran yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pajak Nomor 06 Tahun 2015, terdapat 4 model transaksi bersifat *online* yang akan dikenakan pajak, yaitu:

1. *Online Marketplace*

Online Marketplace merupakan media yang menjadi platform usaha berupa toko *online* di internet, di mana pedagang atau pelaku usaha pasar daring menjual produk atau layanan mereka di dalam lingkungan daring tersebut.

2. *Classified Ads*

Classified Ads adalah kegiatan yang memfasilitasi lokasi serta masa guna mempertunjukkan *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi, serta yang lainnya) barang serta jasa bagi pengiklan guna memasang iklan yang diperlihatkan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disuguhkan oleh penyelenggara *Classified Ads*.

3. *Daily Deals*

Daily deals yakni praktek menyediakan platform bisnis dalam bentuk situs *Daily Deals* yang mana para pedagang *Daily Deals Merchant*

menyediakan barang serta layanan pada customer melalui penggunaan Voucher sebagaimana alat pembayaran.

4. *Online Retail*

Online Retail adalah kegiatan *Online Retail* adalah kegiatan menjual barang serta jasa yang dilakukan oleh penyelenggara *Online Retail* kepada Pembeli di situs *Online Retail*.

2.1.2 Pajak

2.1.2.1 Pengertian Pajak

Pajak menjadi kewajiban untuk membagikan sebagian dari kekayaan pribadi kepada negara, yang didasarkan pada keadaan, kejadian, atau perbuatan tertentu yang membagikan kedudukan khusus. Pemungutan pajak ini bukanlah sebuah hukuman, melainkan dilakukan selaras dengan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah dan diwajibkan tanpa adanya jasa balik yang langsung diberikan oleh negara, seperti pemeliharaan kesejahteraan umum (Resmi, 2019:1). Menurut Waluyo (2016:3) pajak merupakan kewajiban untuk membayar sejumlah uang atau memberikan barang kepada penguasa berdasarkan aturan hukum yang bertujuan untuk membiayai produksi barang serta jasa kolektif yang dibutuhkan guna memperoleh kesejahteraan umum.

Dapat disimpulkan bahwa pajak adalah upaya yang dilakukan untuk mencapai kemandirian pada sebuah bangsa ataupun suatu negara dalam pembiayaan pembangunan dengan mengumpulkan dana dari dalam negeri melalui sistem perpajakan. Dana yang terkumpul dari pajak tersebut dipergunakan dalam melangsungkan pembangunan yang bermanfaat bagi kepentingan bersama.

2.1.2.2 Ciri-Ciri Pajak

Menurut Resmi (2019:2), ciri-ciri yang melekat terkait pajak, yaitu:

1. Pemungutan pajak dilangsungkan selaras dengan peraturan perundang-undangan dan ketentuan pelaksanaannya.
2. Dalam pembayaran pajak, tidak ada kewajiban bagi individu untuk memberikan kontraprestasi kepada pemerintah.
3. Pemungutan pajak dilaksanakan oleh negara, entah itu oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah.
4. Pendapatan dari pajak dialokasikan pada kebutuhan pengeluaran pemerintah, serta jika masih tersisa pendapatan yang berlebihan, bisa dipergunakan saat mendanai proyek investasi publik.

2.1.2.3 Fungsi Pajak

Menurut Resmi (2019:3), didapati dua fungsi pajak, yakni:

1. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak memiliki peran anggaran, yang berarti pajak menjadi salah satu sumber penghasilan yang dipergunakan oleh pemerintah dalam membiayai pengeluaran, termasuk pengeluaran rutin dan pembangunan. Sebagaimana sumber dana negara, pemerintah berusaha dalam mengumpulkan sejumlah besar uang untuk kebutuhan negara. Dalam mencapai hal tersebut, pemerintah menggunakan pendekatan ekstensif dan intensif dalam pengumpulan pajak dengan memperbaiki regulasi bermacam jenis pajak, sebagaimana Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan lain-lain.

2. Fungsi *Regularend* (Pengatur)

Pajak memiliki peran regulasi, yang berarti pajak digunakan sebagaimana alat guna menangani ataupun mengimplementasikan kebijakan pemerintah saat berbagai aspek sosial serta ekonomi, untuk menggapai tujuan-tujuan khusus di luar aspek keuangan.

2.1.2.4 Jenis Pajak

Menurut Resmi (2019:7), didapati beragam jenis pajak yang bisa dikelompokkan pada tiga bagian, yakni:

1. Menurut Golongan

- a. Pajak Langsung, pajak yang secara pribadi menghasilkan tanggung jawab wajib pajak serta tidak bisa dialihkan ataupun ditransfer pada orang atau entitas lain. Pajak diharuskan menjadi beban yang seharusnya ditanggung oleh wajib pajak tersebut secara langsung.

Contoh: Pajak Penghasilan (PPH)

- b. Pajak Tidak Langsung, menjadi pajak yang bisa dipindahkan maupun ditransfer pada pihak lain. Pajak ini tidak langsung dikenakan ketika ada aktivitas, peristiwa, ataupun tindakan yang menjadikan kewajiban pajak, seperti pembayaran barang ataupun jasa.

Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

2. Menurut Sifat

- a. Pajak Subjektif, jenis pajak yang dikenakan berlandaskan pertimbangan terhadap kondisi pribadi dari wajib pajak atau memperhatikan situasi subjek pajak tersebut.

Contoh: Pajak Penghasilan (PPH)

- b. Pajak Objektif, merupakan pajak berlandaskan karakteristik objeknya, sebagaimana barang, kondisi, tindakan, maupun kejadian tertentu yang mencetuskan kewajiban pembayaran pajak, tanpa memperhitungkan situasi pribadi subjek pajak (wajib pajak) ataupun tempat tinggal.

Contoh: Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

3. Menurut Lembaga Pemungut

- a. Pajak Negara (Pajak Pusat), merupakan Pajak yang dikumpulkan oleh pemerintah pusat serta dipergunakan saat menangani kebutuhan umum rumah tangga negara.

Contoh: PPh, PPN, dan PPnBM.

- b. Pajak Daerah, merupakan Pajak yang dikumpulkan oleh pemerintahan daerah, baik pajak provinsi (tingkat I) maupun pajak kabupaten/kota (tingkat II), dipergunakan guna untuk menangani kebutuhan rumah tangga daerahnya masing-masing.

Contoh: Pajak Kendaraan Bermotor, Pajak Bahan Bakar Kendaraan.

2.1.2.5 Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Resmi (2019:10), dalam memungut pajak dikenal sebagai sistem pemungutan, yakni:

1. *Official Assessment System*, Menghasilkan sistem pengumpulan pajak yang membagi kekuasaan kepada pihak perpajakan guna memastikan sendiri jumlah pajak yang seharusnya dibayar tiap tahun selaras dengan aturan hukum perpajakan yang berlangsung.
2. *Self Assessment System*, Merupakan sistem pengumpulan pajak yang membagikan hak kepada wajib pajak guna secara independen

memastikan jumlah pajak yang harus dibayarkan tiap tahun selaras dengan peraturan hukum pajak yang masih berlangsung.

3. *With Holding System*, menjadi sistem pengambilan pajak yang membagikan kekuasaan pada pihak ketiga yang telah diputuskan guna memastikan jumlah pajak yang selayaknya dibayarkan oleh wajib pajak selaras pada aturan hukum pajak yang berlangsung.

2.1.3 Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

2.1.3.1 Pengertian Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yakni bentuk pajak yang diterapkan pada pembelian barang serta jasa di wilayah pabean, dengan pengenaan tarif yang bertingkat pada tiap tahap produksi serta distribusi (Resmi, 2019:42). Menurut Sinaga (2021), PPN menjadi jenis pajak yang ditentukan berdasarkan nilai tambah pada suatu barang. Nilai tambah merujuk pada penambahan nilai yang diberikan oleh penjual pada bahan mentah atau barang yang baru dibeli, setelah melalui peningkatan nilai. Peningkatan nilai barang tersebut bisa terjadi karena penambahan bahan pada barang tersebut, atau juga karena penggunaan tenaga kerja untuk melakukan proses produksi hingga barang siap untuk dijual (Falabiba dkk, 2014).

2.1.3.2 Objek PPN

Berlandaskan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 pasal 4 ayat (1), pajak pertambahan nilai diperoleh atas:

1. Penyerahan Barang Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
2. Impor Barang Kena Pajak;

3. Penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
4. Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
5. Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
6. Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak;
7. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak; dan
8. Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak.

2.1.3.3 Barang Kena Pajak

Berlandaskan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, “Barang Kena Pajak (BKP) adalah barang berwujud, yang menurut sifat atau hukumnya dapat berupa barang bergerak atau barang tidak bergerak, dan barang tidak berwujud yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009.” Selain itu, terdapat Bukan Barang Kena Pajak yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009. Jenis barang yang tergolong dalam Bukan Barang Kena Pajak, yakni:

1. Barang hasil pertambangan ataupun hasil pengeboran yang diambil langsung dari pusatnya.
2. Barang keperluan pokok yang tentunya diperlukan oleh rakyat banyak.
3. Produk makanan serta minuman yang dihidangkan di akomodasi seperti hotel, restoran, tempat makan, kedai, serta sejenisnya, termasuk makanan ataupun minuman yang dinikmati di lokasi

ataupun diambil, mencakup juga makanan serta minuman yang diberikan oleh bisnis layanan kuliner ataupun catering.

4. Uang, emas batangan, serts surat berharga.

Jenis barang yang termasuk dari Bukan Barang Kena Pajak selaras dengan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, telah dilakukan perubahan melalui UU Nomor 7 Tahun 2021. Jenis barang yang tertuang dalam Undang-Undang tersebut adalah sebagaimana berikut:

1. Makanan dan minuman yang disajikan di hotel, restoran, rumah makan, warung, dan sejenisnya, meliputi makanan dan minuman baik dikonsumsi di tempat maupun tidak, termasuk makanan dan minuman yang diserahkan oleh usaha jasa boga atau catering.
2. Uang, emas batangan, serta surat berharga.

2.1.3.4 Jasa Kena Pajak

Berlandaskan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, “Jasa Kena Pajak (JKP) adalah setiap kegiatan pelayanan yang berdasarkan suatu perikatan atau perbuatan hukum yang menyebabkan suatu barang, fasilitas, kemudahan, atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan atas petunjuk dari pemesan yang dikenai pajak berdasarkan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009.” Adapun Bukan Jasa Kena Pajak yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009. Jenis jasa yang tergolong dalam Bukan Jasa Kena Pajak, yaitu:

1. Jasa pelayanan kesehatan medis.
2. Jasa pelayanan sosial.

3. Jasa pengiriman surat menggunakan perangko.
4. Jasa keuangan.
5. Jasa asuransi.
6. Jasa keagamaan.
7. Jasa pendidikan.
8. Jasa kesenian serta hiburan.
9. Jasa penyiaran tidak bersifat iklan.
10. Jasa angkutan umum di darat dan di air serta jasa angkutan udara dalam negeri yang menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari jasa angkutan udara luar negeri.
11. Jasa tenaga kerja.
12. Jasa perhotelan.
13. Jasa yang disediakan oleh pemerintah dalam rangka menjalankan pemerintahan secara umum.
14. Jasa penyediaan tempat parkir.

Jenis jasa yang termasuk dari Bukan Jasa Kena Pajak berlandaskan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 kemudian dilakukan perombakan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021. Jenis jasa yang tertuang dalam Undang-Undang tersebut adalah sebagaimana berikut:

1. Jasa keagamaan.
2. Jasa kesenian serta hiburan.
3. Jasa perhotelan.
4. Jasa yang disediakan oleh pemerintah dalam rangka menjalankan pemerintahan secara umum.

5. Jasa penyediaan tempat parkir yang dilakukan oleh pemilik tempat parkir dan/atau pengusaha kepada pengguna tempat parkir dengan dipungut bayaran.
6. Jasa boga atau catering.

2.1.3.5 Subjek PPN

Subjek PPN berdasarkan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 adalah Pengusaha Kena Pajak dan Bukan Pengusaha Kena Pajak.

1. Pengusaha Kena Pajak (PKP)

Pengusaha Kena Pajak adalah pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak serta penyerahan Jasa Kena Pajak yang dikenakan pajak berdasarkan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, kecuali pengusaha kecil yang batasnya ditentukan melalui Keputusan Menteri Keuangan, namun pengusaha kecil dapat menetapkan menjadi Pengusaha Kena Pajak dengan syarat apabila dalam 1 tahun buku memiliki pendapatan bruto (omset) hingga Rp.4.800.000.000 (empat miliar delapan ratus juta rupiah). Pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak di dalam Daerah Pabean, penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean, ekspor Barang Kena Pajak Berwujud, ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, serta ekspor Jasa Kena Pajak wajib melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dan wajib memungut, menyetor, dan melaporkan pajak pertambahan nilai.

2. Bukan Pengusaha Kena Pajak

Bukan Pengusaha Kena Pajak merupakan pengusaha yang tidak dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak.

2.1.3.6 Saat Terutang PPN

Sesuai yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 Pasal 11 ayat (1), PPN terutang pada saat:

1. Penyerahan Barang Kena Pajak.
2. Impor Barang Kena Pajak.
3. Penyerahan Jasa Kena Pajak.
4. Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud dari luar daerah pabean.
5. Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar daerah pabean.
6. Ekspor Barang Kena Pajak berwujud.
7. Ekspor Barang Kena Pajak tidak berwujud.
8. Ekspor Jasa Kena Pajak.

Adapun dalam ayat (2):

Dalam hal pembayaran diterima sebelum penyerahan Barang Kena Pajak atau sebelum penyerahan Jasa Kena Pajak atau dalam hal pembayaran dilakukan sebelum dimulainya pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud atau Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean, saat terutangnya pajak adalah pada saat pembayaran.

2.1.3.7 Faktur Pajak

Faktur pajak adalah bukti pemungutan pajak yang dihasilkan oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang melangsungkan Penyerahan Barang Kena

Pajak (BKP) ataupun Jasa Kena Pajak (JKP) (Mardiasmo, 2019:372). Pengusaha Kena Pajak wajib menciptakan faktur pajak pada saat:

1. Penyerahan Barang Kena Pajak.
2. Penyerahan Jasa Kena Pajak.
3. Ekspor Barang Kena Pajak tidak berwujud.
4. Ekspor Jasa Kena Pajak.

Pengusaha Kena Pajak menghasilkan 1 (satu) faktur pajak yang meliputi seluruh penyerahan yang dilakukan kepada pembeli Barang Kena Pajak ataupun penerima Jasa Kena Pajak yang sama selama 1 (satu) bulan kalender yang disebutkan sebagaimana faktor penggabungan pajak. Pengusaha Kena Pajak seharusnya membuat faktur pajak pada:

1. Saat penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau Penyerahan Jasa Kena Pajak.
2. Saat penerimaan pembayaran dalam hal penerimaan pembayaran terjadi sebelum penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau sebelum penyerahan Jasa Kena Pajak.
3. Saat penerimaan pembayaran termin dalam hal penyerahan sebagian tahap pekerjaan.
4. Saat lain yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan tersendiri.

Faktur pajak gabungan seharusnya dibuat paling lambat pada akhir bulan saat Barang Kena Pajak serta Jasa Kena Pajak diserahkan. Dipandang belum menghasilkan faktur pajak apabila faktur pajak yang dihasilkan oleh Pengusaha Kena Pajak setelah jangka masa tiga bulan semenjak faktur pajak yang

selayaknya diciptakan. Jika Pengusaha Kena Pajak tidak membuat faktur pajak, tidak mengisi faktur pajak dengan lengkap, dan melaporkan faktur pajak yang tidak sesuai dengan masa penerbitan, akan dikenai sanksi administrasi sebesar 2% dari nilai dasar pengenaan pajak.

2.1.3.8 Dasar Pengenaan Pajak

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, Dasar Pengenaan Pajak (DPP) adalah jumlah Harga Jual, Penggantian, Nilai Impor, Nilai Ekspor, atau nilai lain yang dipergunakan sebagaimana didasarkan dalam menjumlahkan pajak yang terutang.

1. Harga Jual

Harga jual adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh penjual karena penyerahan Barang Kena Pajak, tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai yang dipungut menurut Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 dan potongan harga yang dicantumkan dalam faktur pajak.

2. Penggantian

Penggantian adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh pengusaha karena penyerahan Jasa Kena Pajak, ekspor Jasa Kena Pajak, atau ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, tetapi tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai yang dipungut menurut Undang- Undang Nomor 42 Tahun 2009 dan potongan harga yang dicantumkan dalam Faktur Pajak atau nilai berupa uang yang dibayar atau seharusnya dibayar oleh Penerima Jasa karena pemanfaatan Jasa Kena Pajak dan/atau oleh penerima manfaat Barang Kena Pajak Tidak Berwujud karena pemanfaatan

Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean.

3. Nilai Impor

Nilai Impor adalah nilai berupa uang yang menjadi dasar penghitungan bea masuk ditambah pungutan berdasarkan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai kepabeanan dan cukai untuk impor Barang Kena Pajak, tidak termasuk Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah yang dipungut menurut Undang-Undang ini.

4. Nilai Ekspor

Nilai Ekspor adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh eksportir.

5. Nilai lain

Nilai lain merupakan nilai berupa uang yang ditetapkan sebagai Dasar Pengenaan Pajak dengan Keputusan Menteri Keuangan.

2.1.3.9 Tarif PPN

Tarif PPN yang awalnya diatur dalam Undang-undang Nomor 42 Tahun 2009 adalah sebagaimana berikut:

1. Tarif Pajak Pertambahan Nilai adalah Sejumlah 10%
2. Tarif Pajak Pertambahan Nilai sebesar 0% yang diterapkan atas ekspor Barang Kena Pajak berwujud, ekspor Barang Kena Pajak tidak berwujud, dan ekspor Jasa Kena Pajak.
3. Tarif pajak sebagaimana dimaksud pada poin pertama dapat diubah menjadi paling rendah 5% dan paling tinggi 15% yang perubahan tarifnya diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pada tahun 2021 tarif PPN kemudian dilakukan perubahan oleh pemerintah yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021. Tarif PPN yang dimaksudkan adalah sebagaimana berikut:

1. Tarif Pajak Pertambahan Nilai yakni:
 - a. Sebesar 11% yang mulai berlaku pada tanggal 1 April 2022;
 - b. Sebesar 12% yang mulai berlaku paling lambat pada tanggal 1 Januari 2025.
2. Tarif Pajak Pertambahan Nilai Sejumlah 0% diterapkan atas:
 - a. Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud;
 - b. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud; dan
 - c. Ekspor Jasa Kena Pajak.
3. Tarif Pajak Pertambahan Nilai selayaknya yang dimaksudkan pada poin pertama bisa dirubah menjadi paling rendah 5% dan paling tinggi 15%.

Pajak Masukan adalah Pajak Pertambahan Nilai yang seharusnya sudah dibayar oleh Pengusaha Kena Pajak karena perolehan Barang Kena Pajak dan/atau perolehan Jasa Kena Pajak dan/atau pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean dan/atau pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean dan/atau impor Barang Kena Pajak. Pajak Keluaran adalah Pajak Pertambahan Nilai terutang yang wajib dipungut oleh Pengusaha Kena Pajak yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak, penyerahan Jasa Kena Pajak, ekspor Barang Kena Pajak Berwujud, ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, dan/atau ekspor Jasa Kena Pajak.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Anggia Yustika Sari (2018)	Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi <i>E-Commerce</i>	Analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Membuktikan bahwa para pedagang <i>online</i> wajib dikenakan pajak atas transaksi <i>e-commerce</i> karena sistem pajaknya sudah jelas serta pendapatan terbesar negara diperoleh dari sektor pajak. Meskipun demikian, terdapat kendala yang ditemukan, yaitu belum maksimalnya para pelaku bisnis <i>e-commerce</i> , kurangnya sosialisasi yang menyeluruh, serta kesulitan dalam mendeteksi transaksi <i>e-commerce</i> yang kemudian menjadi hambatan dalam menetapkan peraturan pajak yang jelas dan adil.
2.	Desi Triana Munthe (2020)	Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> Dalam Penerimaan Pajak	Deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Realisasi penerimaan pajak yang masih di bawah perkiraan sejak tahun 2012 hingga saat ini, pemerintah sedang aktif mendorong

				pemanfaatan perpajakan melalui <i>e-commerce</i> . Hal ini disebabkan oleh peningkatan yang terus-menerus dari pengguna dan pelaku usaha di platform <i>e-commerce</i> .
3.	Nurul Afiah Mustakim (2020)	Dampak Transaksi <i>E-Commerce</i> Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Kota Makassar	Deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Penerimaan pajak mengalami kenaikan yang konsisten selama tiga tahun berturut-turut, yakni dari tahun 2016 hingga tahun 2018. Namun, pada tahun 2019 terjadi penurunan sebesar 14%.
4.	Ririn Puspita Sari (2018)	Kebijakan Perpajakan atas Transaksi <i>E-Commerce</i>	Deskriptif analitis	Pengenaan pajak pada transaksi <i>e-commerce</i> menjadi tantangan utama dalam menyusun peraturan yang efektif. Terdapat beberapa faktor yang membuat pengenaan pajak pada transaksi <i>e-commerce</i> sulit dilakukan, seperti tingkat anonimitas tinggi, kemudahan terjun dalam bisnis <i>e-commerce</i> , transaksi tanpa batas wilayah, dan transparansi data elektronik yang tidak dapat dipercaya secara langsung. Untuk

				mengatasi tantangan ini dibutuhkan aturan khusus yang dapat mempertimbangkan kondisi-kondisi tersebut.
5.	Anita Sari (2019)	Aspek Hukum Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Transaksi Perdagangan Elektronik (<i>E-Commerce</i>) di Indonesia	Deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Regulasi yang diterbitkan oleh pemerintah, yakni PMK Nomor 210/PMK/010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (<i>E-Commerce</i>), masih belum optimal dalam menangani perdagangan elektronik (<i>e-commerce</i>) di Indonesia, terutama dalam hal pengenaan pajak pada transaksi elektronik.

2.3 Kerangka Pikir

Pertumbuhan perdagangan *online* melalui *e-commerce* memiliki potensi untuk mempengaruhi atau memberikan dampak pada sektor pajak, terutama Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Transaksi elektronik memiliki dampak pada pengakuan saat serta tempat terutang nya PPN, dikarenakan saat proses transaksi tersebut, penjual serta pembeli belum berhubungan secara langsung. Pengenaan PPN disampaikan melalui orang pribadi ataupun badan usaha yang melakukan pembelian, produksi, impor, dan perdagangan Barang Kena Pajak (BKP) serta Jasa Kena Pajak (JKP) dalam lingkungan perusahaan ataupun pekerjaannya.

Dalam transaksi *e-commerce*, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dikenakan pada konsumen yang berkewajiban untuk membayarnya.

PPN adalah pajak yang dikenakan pada pertambahan nilai (*value added*) yang terjadi karena penggunaan faktor-faktor produksi dalam setiap tahap kegiatan perusahaan, mulai dari persiapan, produksi, distribusi, hingga penjualan barang ataupun pemberian layanan jasa pada konsumen. PPN tergolong jenis pajak tidak langsung, yang mengartikan pajak tersebut diberi oleh pihak lain, dalam hal ini pedagang, bukan oleh penanggung pajak (konsumen akhir) secara langsung.

Gambar 2.1 berikut menyajikan kerangka pemikiran pada penelitian ini

Gambar 2.1

Kerangka Pikir

