

ANALISIS PENERAPAN PPh ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE PADA PENJUAL BUKET BUNGA DI WILAYAH TONDANO

Wawas Dwiarto¹, James J Manengkey², Christover Sumiok³

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Manado, Tondano

e-mail : Wawasdwiarto112@gmail.com, Jamesmanengkey@unima.ac.id

Diterima: 18-10-2022 Disetujui: 01-12-2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan dan pengawasan pajak penghasilan yang sudah dilakukan oleh penjual buket bunga atas transaksi *e-commerce* pada penjualan buket bunga di Wilayah Tondano. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif data yang didapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan (foto, rekaman), dokumen resmi lain yang mendukung. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini melibatkan 4 informan terdiri 1 dari pihak fiskus dan 3 informan penjual buket bunga. Uji Keabsahan data menggunakan triangulasi. Penelitian ini membuktikan bahwa data di kantor pajak kurang relevan sedangkan banyak penjual yang sudah diharuskan berkontribusi dalam pembayaran pajak. Penerimaan pajak di Sulawesi Utara cukup tinggi tetapi belum merata, khususnya UMKM dikarenakan banyak pelaku UMKM termasuk pelaku *e-commerce* yang belum mendaftarkan usahanya.

Kata kunci : PPh; *E-Commerce*; UMKM

Abstract

This study aims to determine the implementation and supervision of income tax that has been carried out by flower bouquet sellers on e-commerce transactions on flower bouquet sales in the Tondano Region. This research uses qualitative data methods obtained from interview scripts, field notes (photos, recordings), another official supporting document. Methods of data collection using observation, interviews, and documentation. Sampling using purposive sampling technique with certain considerations. This study involved 4 informants consisting of 1 from the tax authorities and 3 flower bouquet seller informants. Test the validity of the data using triangulation. This research proves that the data at the tax office is less relevant, while many sellers are required to contribute to tax payments. Tax revenue in North Sulawesi is quite high but not evenly distributed, especially MSMEs because many MSME actors, including e-commerce players, have not registered their businesses.

Keywords : PPh; *E-commerce*; UMKM

Pendahuluan

Dunia Industri Global telah memasuki era baru yaitu era digital 5.0. Indonesia sudah secara aktif menapaki era baru yang ditandai dengan Bergeraknya berbagai sektor kehidupan ke arah digital yang serba otomatis, hal ini membuat peluang yang sangat besar di berbagai aspek kehidupan seperti politik, teknologi, ekonomi, sosial budaya.

Jumlah populasi di Indonesia 274,9 juta jiwa, pengguna *mobile* 345,3 juta atau 125,55% dari jumlah populasi di Indonesia, pengguna internet 202,6 juta atau 73,7% dari jumlah populasi di Indonesia dan pengguna media social yang aktif 170 juta atau 61,8% dari jumlah populasi di Indonesia. Menurut data Hootsuite (We Are Social 2021) dalam Indonesia Digital Report memaparkan bahwa data tren pengguna internet di Indonesia sekitar 202,6 juta atau sekitar 73,7% dari jumlah populasi di Indonesia. Rata-rata setiap hari penggunaan internet melalui perangkat apapun mencapai 8 jam 52 menit, adapun 3 jam 41 menit nya digunakan untuk sosial media yang paling banyak digunakan yaitu Facebook dan Instagram. Sehingga, hal ini membuka begitu banyak peluang untuk industri ekonomi kreatif. Kegiatan kewirausahaan pada umumnya bertujuan untuk meningkatkan perubahan sosial kearah yang lebih baik lagi dalam hal memecahkan masalah sosial bagi masyarakat luas (Primastiwi, n.d. 2021)

Globalisasi membuat perkembangan teknologi transportasi dan komunikasi terus berkembang secara pesat dan menuntut masyarakat untuk selalu memberikan sebuah terobosan baru dalam berbagai bidang kegiatannya. Pada dasarnya, proses itulah yang membuat manusia menjadi lebih kreatif untuk menghadapi dunia global yang baru di setiap era nya. Baik dari segi 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). *E-commerce* merupakan proses membeli, menjual atau memperdagangkan data, barang, atau jasa melalui internet (Efrain Turban, dkk, 2015)

Di bidang ekonomi, perkembangan transaksi yang ada di masyarakat mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini dipengaruhi oleh semakin majunya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memberikan pengaruh besar. Transaksi yang dulunya dilakukan secara konvensional dengan bertatap muka langsung bertransformasi menjadi suatu transaksi yang dilakukan secara online, dengan tanpa adanya tatap muka langsung antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli atau perdagangan melalui media internet atau yang disebut *e-commerce*. Transaksi ini sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat karena adanya keberagaman produk dan efektivitas waktu yang dirasa sangat membantu bagi masyarakat (Leonardo & Tjen, 2020).

Menurut Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pengertian pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang tertuang 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 (Neneng Sri Suprihatin, 2021). Sistem pemungutan pajak yang berlaku di Indonesia adalah *self assesment system*, yaitu sistem yang memberikan kepercayaan serta tanggungjawab untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan undang-undang perpajakan (Makalalag, 2016). Namun dalam prakteknya sistem pemungutan pajak *self assesment system* masih sulit dijalankan karena dianggap menambah kesemrawutan transaksi jual beli, hal itu dapat dilihat dari sikap wajib pajak yang sengaja tidak patuh dan berat melaksanakan kewajiban membayar pajak (Jamain dkk., 2019). Kementerian keuangan menyatakan bahwa penerimaan Pajak sampai pada Desember 2021 telah mencapai Rp. 1.231,87 triliun atau 100,19% dari target APBN 2021 sebesar 1.229,6 triliun. Hal ini berarti Direktorat Jendral Pajak mampu memenuhi target penerimaan pajak. Sesuai dengan pasal 4 UU No. 9/2020 tentang APBN 2021 target pendapatan pajak meliputi pendapatan pajak penghasilan sebesar 638,64 triliun, pendapatan PPN dan PPhBM sebesar 518,55 triliun,

dan pendapatan lainnya sebesar 12,43 triliun (Sari, 2018).

Pada tahun 2021, target penerimaan pajak adalah sebesar 3,4 triliun. Target tersebut mengalami penurunan 34,82% dibandingkan dengan target tahun 2020 sebesar 4,5 triliun. Penerimaan perpajakan dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu Pajak Dalam Negeri dan Pajak Perdagangan Internasional. Pajak Dalam Negeri terdiri atas lima jenis pajak yaitu pajak penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Cukai dan Pajak Lainnya sedangkan Pajak Perdagangan Internasional terdiri atas Bea Masuk dan Bea Keluar. Sampai dengan Semester I ini realisasi Pendapatan Perpajakan baru mencapai 1.501,56 miliar atau 44,16 % dari target.

Tabel 2. Wilayah Penerimaan Pajak

Wilayah Penerimaan Pajak	Realisasi (Dalam Milyar)
Tomohon	24,65
Kep. Talaud	11,58
Kep. Sangihe	41,78
Minut	114,36
Mitra	7,20
Minsel	76,98
Minahasa	70,68
Kotamobagu	65,96
Bitung	153,735
Kep. Sataro	7,83
Bolmut	8,47
Boltim	20,89
Bolsel	4,19
Bolmong	36,94
Manado	480,46
Total	1.501,56

Sumber: DJP Sulawesi Utara 2021

Berdasarkan data tertera pada tabel bahwa penerimaan perpajakan per kabupaten atau Kota di Sulawesi Utara yang paling tinggi adalah Kota Manado kemudian Kota Bitung yaitu 153,72 miliar, diikuti dengan Minut 114,36 miliar, Minahasa Selatan 76,98 miliar, Minahasa 70,68 miliar, Kotamobagu 65,96 miliar, Kep. Sangihe 41,78 miliar, Bolamong Mongodow 36,94 miliar, Tomohon 24,65 miliar, Bolamong Timur 20,89 miliar, Bolamong Utara 8,47, Kep. Sitaro 7,83, Minahasa Selatan 7,20 miliar.

Dari data dapat disimpulkan bahwa terjadi kesenjangan dan hanya terkonsentrasi di beberapa wilayah kabupaten dan kota untuk penerimaan perpajakan per kabupaten atau Kota di Provinsi Sulawesi Utara. Sedangkan realisasi penerimaan perpajakan di Sulawesi Utara sampai dengan semester I tahun 2021 khusus PPh adalah 43,01%. Sebagian besar penerimaan PPh terkonsentrasi di wilayah Kota Manado, sebagai pusat bisnis di Sulawesi Utara dimana sebagian besar pengusaha terdaftar di kota ini. Sampai dengan Semester I ini realisasi Pendapatan Pajak Penghasilan baru mencapai 824,12 miliar atau 43,01 persen dari target 2021 sebesar 1.915,98 miliar.

Penerimaan pajak penghasilan dari UMKM belum sepenuhnya terealisasi dengan baik seperti PPh 21, namun kedepannya akan terus bertambah mengingat jumlah pelaku UMKM yang sangat besar. Hal ini dapat terlihat dari data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) tahun 2019 yang melaporkan terdapat 3,79 juta UMKM yang sudah menggunakan platform online dan menjual produknya. Angka tersebut setara 8% dari total UMKM di Indonesia yaitu 5,92 juta dan angka tersebut terus terjadi peningkatan setiap tahunnya. Saat ini sudah ada peraturan yang mengatur tentang perdagangan melalui sistem elektronik yang mengatur kesetaraan antara pedagang dan online dan offline yaitu pada Peraturan Pemerintah (PP) nomor 80 tahun 2019 agar para UMKM yang sudah memenuhi persyaratan menjadi wajib pajak harus memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Tabel 3. Target Penerimaan Pajak Sulawesi Utara

Pajak Sulawesi Utara (Dalam Miliar)	Pajak UMKM (Dalam Miliar)	Pajak <i>E-commerce</i> (Dalam Miliar)
1.900	50% = 0,5 0,5 X 1900 = 950	20% = 0,2 0,2 X 950 = 190

Sumber : DJP Sulawesi Utara 2021

Tabel 4. Realisasi Penerimaan Pajak Sulawesi Utara

Pajak Sulawesi Utara (Dalam Miliar)	Pajak UMKM (Dalam Miliar)	Pajak <i>E-commerce</i> (Dalam Miliar)
1.500	40% = 0,4 0,4 X 1.500 = 600	15% = 0,15 0,15 X 600 = 90

Sumber: DJP Sulawesi Utara 2021

Berdasarkan data tertera pada tabel bahwa target penerimaan pajak di Kota Manado 1.900 miliar, pajak UMKM mempunyai target 950 miliar dan pajak *E-commerce* mempunyai target 190 miliar tetapi realisasi penerimaan pajak Sulut tidak mencapai target yang sudah ditetapkan yaitu penerimaan pajak Sulut 1.500 miliar, pajak UMKM 600 miliar sekitar 40% dan pajak *e-commerce* hanya mencapai target 90 miliar atau di angka 15%.

Kemudahan yang ditawarkan pada era industri 5.0 ini bukan tanpa kekurangan dan resiko. Selain menghadapi permasalahan kejahatan dalam dunia maya, juga memiliki permasalahan dalam bidang pajak. Pemerintah menghadapi tantangan tersendiri dalam menangani permasalahan pajak, khususnya pajak penghasilan dari *e-commerce*, karena kemajuan yang pesat di dunia usaha tidak selalu diikuti dengan kemajuan yang sama dalam bidang hukum. Hal ini karena bisnis elektronik mengembangkan proses bisnis yang baru, terlalu banyak informasi, tidak menggunakan kertas, bergerak dengan sangat cepat, dan harus ada pergeseran paradigma yang membutuhkan penerimaan, cara atau prosedur baru, pola pikir yang baru, dan diikuti juga dengan perkembangan ketentuan hukum atau regulasi. Meski pasar *e-commerce* berkembang pesat di Indonesia namun baru segelintir pelaku *e-Commerce* yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Menurut data dari Direktorat Jenderal Pajak ada 1.600 Sampling yang dicoba dan ada 1.000 yang sudah teridentifikasi namun hanya 620 yang sudah memiliki NPWP (Sihombing, 2021).

Pada era perkembangan revolusi 5.0 dilakukan sejalan antara menguasai konsep kewirausahaan dan strategi pasar yang baik, berwirausaha dengan menggunakan media sosial lebih efektif dan efisien dalam hal promosi penjualan, postingan *catalog* (gambar) dengan kualitas yang baik dan sampai kepada masyarakat secara luas juga lebih cepat. Salah satu jenis usaha yang sedang berkembang dikalangan millennial adalah usaha buket bunga. Buket bunga merupakan kumpulan bunga baik itu bunga hidup (tumbuhan) atau bunga mati (buatan) yang dirangkai dan disusun sedemikian rupa dengan keterampilan dan kreativitas khusus yang digunakan untuk hiasan rumah, ucapan selamat wisuda, dekorasi rumah, hantaran pernikahan dan lainnya. Usaha buket bunga pada era ini juga tidak hanya berada di galeri atau toko saja. Banyak pengusaha buket bunga yang melakukan konsep kewirausahaan dengan menggunakan media sosial. Media sosial yang sering digunakan adalah media sosial *instagram*, *facebook* dan *whatsapp* yang dianggap sangat efisien demi membuka peluang bisnis, baik dari segi promosi gambar, postingan, dan proses penyampaian kepada publik.

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian yaitu penjual buket bunga di wilayah Tondano yang merupakan suatu UMKM yang mengelola usahanya melalui *e-commerce*. Sehingga secara umum mendapatkan perlakuan perpajakan yang sama layaknya pedagang biasa. Namun, penjual buket bunga di wilayah Tondano belum diimbangi dengan pemenuhan kewajiban perpajakan menurut undang-undang yang berlaku. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi dari kantor pajak sehingga setiap individu wajib pajak memiliki kesadaran serta dapat menerapkan atau membayar pajak penghasilan sesuai dengan ketentuan perpajakan atas

transaksi *e-commerce* nomor SE 62/PJ/2013 (Tutiek Yoganingsih, 2018). Masalah kesenjangan antara harapan potensi penerima pajak *e-commerce* dengan kenyataan dimana kurangnya kesadaran wajib pajak di wilayah Tondano, menarik untuk dilakukan penelitian mengenai potensi ataupun isu permasalahan terkait dengan pajak *e-commerce*.

Seperti yang sudah di atur dalam Undang-Undang 36 Tahun 2008 pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan terhadap wajib pajak orang pribadimaupun badan atas penghasilan yang diterima dalam satu tahun pajak. Hal tersebut telah di atur sebelumnya oleh Pemerintah dalam Surat Edaran No 62 Tahun 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce* dan Surat Edaran No 05 Tahun 2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *E-commerce*. Isi dari surat tersebut adalah menunjukkan penegasan mengenai pelaksanaan pemotongan dan atau pemungutan Pajak Penghasilan atas transaksi *E-commerce* dapat berjalan dengan baik dan terdapat keseregaman dalam pelaksanaannya. Jika tingkat kepatuhan masyarakat sebagai wajib pajak tinggi, maka pendapatan negara dari sektor pajak akan meningkat, artinya jika semua wajib pajak mematuhi kewajiban perpajakannya maka pemabangunan akan dapat terlaksana dengan baik dan target penerimaan sektor pajak dapat tercapai. Sebaliknya, apabila pendapatan negara rendah, belanja pemerintah akan turun dan tidak dapat mengurangi kesenjangan di Indonesia (Hasanudin.A.I., dkk 2020).

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif. menurut Moleong (2014:4) Penelitian Kualitatif merupakan prosedur dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari perilaku orang-orang yang dapat diamati, data yang dihasilkan berupa kata-kata, gambar serta perilaku manusia. Penelitian ini bertujuan untuk eksplorasi dan klarifikasi tentang suatu fenomena atau kenyataan dengan masalah yang diteliti. Data-data yang diperoleh dilapangan adalah berupa data–data tertulis atau lisan dari orang–orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini, akan membahas mengenai penerapan pajak khususnya PPh terhadap transaksi *e-commerce* khususnya pada penjualan buket bunga di Tondano. Adapun bentuk penelitiannya adalah diskriptif yaitu data yang pada umumnya berbentuk uraian atau kalimat yang merupakan informasi mengenai keadaan sebagaimana adanya sumber data, dalam hubungannya dengan masalah yang diselidiki. Data yang dikumpulkan bukan berupa angka, melainkan data yang berasal dari naskah wawancara dan observasi.

Dengan demikian perlu adanya penerapan pajak penghasilan untuk *e-commerce* agar semua pelaku bisnis online dan konvensional baik yang berskala besar maupun kecil dapat melaksanakan kewajibannya sebagai wajib pajak yaitu sebagaimana dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui sistem pelaksanaan PPh atas transaksi *e-commerce* pada penjual buket bunga yang ada di wilayah Minahasa khususnya di Tondano dan untuk mengetahui sistem pengawasan yang sudah dilakukan atas transaksi *e-commerce* pada penjual buket bunga yang ada di wilayah Minahasa Khususnya Tondano.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan data sekunder yaitu sumber data yang merupakan pelengkap data berupa catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau dokumen. Penulis mendapatkan data sekunder ini dengan cara melakukan permohonan izin guna mendapatkan dokumen-dokumen terkait Pajak Penghasilan *E-commerce*. Dalam penentuan kriteria informan yaitu penjual yang berjualan melalui online, penjualan produk di wilayah terbanyak, dan pendapatan atau penjualan perbulan. Penelitian ini menggunakan 4 informan yaitu informan fiskus dari pihak DJB Bitung wilayah kerja Tondano, RP (De'cataleya), AW (Tomohon Flower), dan AM (Tondano Florist). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaksi (Miles dan Huberman dalam sugiyono (2016-246) menggunakan reduksi data, penyajian data, kesimpulan, verifikasi data dan keabsahan data. Penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek kebenaran data yang telah diperoleh

Hasil dan Pembahasan

Sebelum pengusaha memulai bisnisnya pada situs *E-Commerce*, Pengusaha tersebut harus mendaftarkan diri dan melaporkan SPT kepada kantor pajak sebagai tanda untuk memenuhi syarat pembayaran pajak. Sedangkan untuk para penjual di situs tersebut, jika penghasilannya sudah melebihi 4,8 Milyar maka penjual tersebut wajib dibukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) dan selain membayar PPh Final, pengusaha tersebut juga membayar PPN. Sebagai mana di jelaskan pada Surat Edaran No 63 Tahun 2013, prosedur peneraapan pajak terhadap transaksi *e-commerce* yang diterapkan di Indonesia berbeda-beda, hal ini akan di jelaskan lebih rinci pada penjelasan sebagai berikut : proses bisnis jasa penyediaan tempat dan waktu, proses bisnis penjualan barang dan jasa, proses bisnis penyetoran hasil penjualan kepada *online marketplace* oleh penyelenggara *online marketplace*

Sistem pemungutan pajak di Indonesia mempunyai 3 jenis antara lain : *self assessment system, official assessment system, withholding system*. Sistem pemungutan pajak yang berlaku di Indonesia adalah *self assesment system*, yaitu sistem yang memberikan kepercayaan serta tanggung jawab untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. Pemerintah dalam hal ini berkewajiban melaksanakan pembinaan, penelitian, dan pengawasan terhadap pemenuhan kewajiban wajib pajak, salah satunya adalah pajak penghasilan (Nurmantu, 2005). Tetapi dari 3 informan kesadaran dari masyarakat tentang pembayaran pajak masih kurang antusias, Karena dari masyarakat mengalami kekurangan informasi yang didapat dari pihak kantor pajak.

Sistem ini sudah diberlakukan di Indonesia setelah masa reformasi pada 1983 dan masih berlaku sampai saat ini. Terdapat konsekuensi dalam sistem pemungutan pajak ini, karena wajib pajak memiliki wewenang menghitung sendiri besarnya pajak yang terutang yang perlu dibayarkan maka wajib pajak biasanya akan menyetorkan pajak sekecil mungkin. Ciri-ciri sistem *self assessment* antara lain: penentuan besaran pajak terutang dilakukan oleh wajib pajak itu sendiri, wajib pajak berperan aktif dalam menuntaskan kewajibannya mulai dari menghitung, membayar dan melaporkan pajak, pemerintah tidak perlu mengeluarkan surat ketetapan pajak kecuali jika wajib pajak telat melaporkan atau telat dalam pembayaran pajak terutang. Terdapat asas dalam pemungutan yang berlaku di Indonesia yaitu asas domisili, asas sumber, asas kebangsaan, asas umum, asas yuridis, asas ekonomi dan asas finansial.

Dalam perhitungan PPh 21 data yang dibutuhkan yaitu: penghasilan setiap bulan, status perkawinan sudah menikah atau belum dan memiliki berapa anak, kemudian data tersebut dimasukkan kedalam tabel perhitungan PPh 21. Hasil analisis wawancara dan perhitungan PPh 21 dari ketiga informan, penghasilan dari PPh yang diperoleh ketiga informan tersebut seharusnya sudah harus berkontribusi untuk melakukan pembayaran pajak, meskipun penghasilan informan ini belum mencapai 50 juta perbulan, maka dikenakan pajak sebesar 5% dari tarif pajak yang sudah diatur dalam undang-undang No.36 tahun 2008 tentang pajak penghasilan (PPh).

Tabel informan 2,3, dan 4

No	Nama	Penghasilan	Status	Anak	PPh21 yang harus dibayar/bulan
1.	Ribka Patras (de.cataleya)	Rp 5.000.000	BK	0	Rp. 12.500
2.	Asih Widyawati(tomohon flower)	Rp 8.000.000	K	1	Rp. 117.500
3.	Artika Mamonto (Tondano Florist)	Rp 6.500.000	K	2	Rp. 27.500

Karena informan 1 adalah fiskus dari DJP jadi hasil analisis wawancara maka informan 2,3,dan 4 seharusnya sudah harus berkontribusi untuk melakukan pembayaran pajak. Informasi

dan perhitungan PPh 21 oleh informan 2,3,dan 4 penghasilan informan ini belum mencapai 50 juta perbulan, Dari informan 2,3 dan 4 maka sudah dikenakan 5% dari tarif pajak, yang sudah diatur dalam undang-undang No.36 tahun 2008 tentang pajak penghasilan (PPh) adalah pajak yang dikenakan terhadap orang pribadi maupun badan berdasarkan penghasilan yang diterima dalam 1 tahun.

Keputusan ini juga sejalan dengan pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP), mereka membenarkan bahwa belum melakukan sosialisasi tentang pemberlakuan pajak *e-commerce* secara menyeluruh khususnya di wilayah Tondano dikarenakan belum adanya komunitas atau kelompok tentang *e-commerce*, sehingga dari pihak kantor kesulitan dalam menggali informasi siapa saja pelaku penjual yang sudah menerapkan *e-commerce* dalam transaksinya selain itu, masih banyak masyarakat belum mengetahui tentang adanya pemberlakuan pajak transaksi *e-commerce*. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah melakukan penegasan berkaitan *e-commerce* dengan mengeluarkan SE-62/PJ/2013 tanggal 27 Desember 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*, yang menyatakan tidak ada pajak baru dalam transaksi *e-commerce*. Oleh karena itu penjual atau pembeli dapat dikenakan pajak sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Adapun potensi perpajakan yang muncul dari transaksi *online* dapat dari jenis Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh). Pajak atas transaksi *e-commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua wajib pajak baik konvensional maupun *e-commerce*. Dengan demikian maka peningkatan transaksi *e-commerce* sudah sewajarnya sebanding dengan peningkatan pajak dari Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penghasilan (PPh). Dapat disimpulkan bahwa pajak penghasilan *e-commerce* tergolong dalam pajak penghasilan UMKM.

Dari data diatas, perlu Undang-Undang HPP agar bisa lebih terawasi dalam perkembangan yang pesat tentang transaksi *e-commerce*. Sistem pengawasan terhadap transaksi pajak *e-commerce* belum ada tindakan khusus serta belum ada sanksi yang di jatuhkan kepada pelanggarnya. Menurut (Primastiwi, n.d. 2021) sanksi perpajakan merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar aturan perpajakan, sanksi akan diberikan pada wajib pajak yang tidak patuh dengan aturan yang berlaku. Maka diterbitkannya Undang-Undang HPP (Harmonisasi Peraturan Perpajakan) dikarenakan pelaku dan konsumen sangat pesat pertumbuhannya, selain itu agar para pelaku dan konsumen bisa terawasi dengan baik, sehingga diterbitkannya Undang-Undang HPP.

Ada empat hal yang menjadi acuan fiskus dan pihak DJB dalam penerapan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* yaitu: penyedia platform perlu diberikan waktu supaya bisa menyiapkan sistem penyetoran kepada kantor pajak sebelum jatuh tempo dalam 1 periode dan para pelaku *e-commerce* juga menginginkan agar kewajiban penyetoran pajak yang terutang sebelum jatuh tempo. Berkaitan dengan hal itu, sosialisasi sangat dibutuhkan agar konsumen tahu tentang pemberlakuan pajak atas transaksi *e-commerce*, bahwa mereka juga memiliki kewajiban yaitu membayar pajak sama seperti pedagang *offline* yaitu bisa dengan cara membuat iklan di platform media sosial tentang pemberlakuan pajak terhadap transaksi *e-commerce*, dengan begitu akan memberikan kesadaran perihal pentingnya wajib membayar pajak.

Hambatan dari ketiga informan yaitu kurangnya informasi mengenai pajak *e-commerce* yang diperoleh. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mumuh dkk., 2021) juga mengatakan bahwa penerapan pajak penghasilan yang dilakukan oleh *online merchant* di kota Manado tidak berjalan sepenuhnya, dimana dari enam *online merchant* yang menjadi informan, hanya empat yang melaporkan pajaknya, sedangkan dua lainnya tidak melaporkan pajaknya dikarenakan tidak mengetahui bahwa adanya pajak yang dikenakan atas kegiatan *e-commerce*. Hal tersebut juga didukung dengan pendapat (Valentino & Wairocana, n.d. 2018) ada beberapa faktor penghambat dalam penanganan pajak *e-commerce* baik dari faktor hukum, faktor pemerintahan maupun pelaku usaha online sebagai wajib pajak, seharusnya pemerintah membuat aturan yang secara khusus mengatur mengenai hal tersebut sehingga dapat memanfaatkan potensi tersebut dengan baik. Dari ketiga informan mengatakan belum mendapat sosialisasi dari pihak kantor pajak tentang pajak *e-commerce*. Hal ini sejalan dengan informan pertama yang mengatakan: "kalau sampai

saat ini belum ada, karena di wilayah Tondano ini tidak ada komunitas tentang *e-commerce*, jika ada komunitas dari pihak pajak bisa memanggil *audien* agar lebih mudah. Pemanggilan *audien* juga memiliki target yaitu satu kali penyuluhan minimal 10 *audiens*, kalau tidak memenuhi tidak dapat dilakukan penyuluhan. Meskipun tidak adanya penyuluhan tentang *e-commerce*, kami tetap terjun ke kelurahan 25 kali setiap tahun membahas pajak umum, tetapi kalau ada pertanyaan akan diberi nomor telepon kantor pajak untuk bisa bertanya melalui telepon, sehingga dari pihak kantor bisa membantu menjawab pertanyaan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Primastiwi, n.d. 2021) bahwa kurangnya pengetahuan dan wawasan karena rendahnya sosialisasi perpajakan akan menyebabkan tidak pahamnya mereka mengenai wajib pajak dan membuat mereka tidak melaksanakan kewajiban pajaknya, padahal semakin tinggi sosialisasi perpajakan akan semakin tinggi pula kepatuhan wajib pajak.

Seperti informasi yang didapatkan dari informan yang mengatakan bahwa belum mengenal tentang pemberlakuan pajak *e-commerce*, sehingga kemauan dalam membayar pajak masih rendah karena kurangnya pengetahuan. Informan pertama membenarkan jika sampai sekarang di wilayah Minahasa khususnya Tondano belum pernah diadakannya sosialisasi tentang adanya pemberlakuan pajak transaksi *e-commerce*, namun dari pihak kantor juga sudah melakukan sosialisasi tentang perpajakan secara umum, sedangkan jika ingin melakukan sosialisasi dikantor pajak, maka harus memanggil *audien*, tetapi syarat diadakannya sosialisasi yaitu minimal 10 *audiens* baru bisa dilakukan sosialisasi, tetapi disaat sosialisasi pihak kantor pajak juga memberikan nomor kantor yang bisa dihubungi bila mana dalam penyampaian materi sosialisasi kurang mengerti dan kurang paham, dari pihak kantor siap membantu masyarakat dalam menjawab pertanyaan seputar perpajakan.

Maka dari itu tantangan yang sebenarnya dalam hal mengenakan pajak transaksi *e-commerce* adalah bagaimana membuat aturan yang khusus sehingga mampu menangkap potensi pajak atas transaksi *e-commerce*. Apabila perpajakan didapatkan dari perdagangan elektronik ini, maka pendapatan negara akan mencapai jumlah yang sangat besar, sehingga tidak akan ada lagi tumpang tindih antara pedagang biasa dengan bisnis *online* (Nyoman dkk., 2019).

Kesimpulan dan Saran

Sistem Pelaksanaan PPh atas transaksi *e-commerce* pada penjual buket bunga di wilayah Tondano menurut surat edaran No. 63 Tahun 2013, yaitu: proses penyedia tempat dan waktu, proses bisnis penjualan barang dan atau jasa, proses penyetoran hasil penjualan kepada online market oleh penyelenggara online *marketplace*. Jika penjual tidak memiliki NPWP bisa dikenakan tarif pajak sebesar 20% lebih tinggi dari wajib pajak yang memiliki NPWP, hal ini telah diatur dalam pasal 17 ayat 1 UU No.36 Tahun 2008 tarif pajak penghasilan (PPh) pasal 21 bagi penerima penghasilan yang tidak memiliki NPWP. Dari analisis ketiga informan seharusnya sudah harus berkontribusi untuk melakukan pembayaran pajak, karena dari perhitungan PPh 21 oleh ketiga informan penghasilan informan ini meskipun belum mencapai 50 juta perbulan, maka tetap dikenakan pajak yaitu 5% dari tarif pajak yang sudah diatur dalam undang-undang No.36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan (PPh).

Sistem Pengawasan yang sudah dilakukan atas transaksi *e-commerce* pada penjual buket bunga yang ada di wilayah Tondano ada tiga yaitu sosialisasi, penegasan undang-undang HPP(Harmonisasi Peraturan Perpajakan) dan faktor penghambat. Persoalan sosialisasi dari ketiga informan yaitu belum mendapatkan sosialisasi dari pihak kantor pajak tentang pajak *e-commerce*, hal ini dibenarkan oleh informan pertama dari fiskus perpajakan, karena dari pihak kantor pajak belum melakukan sosialisasi tentang pajak *e-commerce* secara khusus. Pemerintah melalui Direktorat Jendral Pajak (DJP) telah melakukan penegasan mengeluarkan SE-62/PJ/2013 27 desember 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* yang menyatakan tidak ada pajak baru dalam transaksi *e-commerce*. Oleh karena itu, penjual dan pembeli dikenakan pajak sesuai ketentuan pajak perundang-undangan yang berlaku. Pajak atas transaksi *e-commerce* bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua wajib pajak baik konvensional maupun *e-commerce* (I Kadek Beny, 2021). Oleh karena itu perlu

adanya undang-undang HPP agar bisa lebih terawasi dalam perkembangan yang pesat tentang transaksi *e-commerce*. Sistem pengawasan terhadap transaksi pajak *e-commerce* belum ada tindakan khusus serta belum ada sanksi yang dijatuhkan kepada pelanggarnya. Pertambahan pelaku dan konsumen sangat pesat agar bisa terawasi dengan baik maka platform yang menyediakan tempat, yang memungut dan menyetorkan pajak.

Pihak DJP sebaiknya melakukan sosialisasi tentang pajak *e-commerce* dan dalam melakukan sosialisasinya harus ada tenggang waktu misalnya 3 tahun, agar masyarakat bisa beradaptasi tentang pajak *e-commerce*. Dalam 3 tahun pemerintah harus gencar memberikan sosialisasi semaksimal mungkin kepada masyarakat luas bisa melalui media sosial, media cetak, memasang baliho atau sepanduk di pinggir jalan tentang pajak *e-commerce*. Jika penjual berbasis *e-commerce* dalam masa tenggang sampai sekarang belum melaporkan pajaknya ke DJP, maka harus dikenakan sanksi yang tegas oleh dasar aturan yang kuat supaya penerimaan pajak daerah bisa maksimal.

Dalam membuat usaha yang berbasis *e-commerce* maka penjual disarankan membuat NPWP agar dari kantor DJP bisa mengetahui data para penjual berbasis online. Jika tidak, sebaiknya DJP melakukan kerjasama bersama pemerintah setempat untuk melakukan pendataan terhadap usaha yang baru bermunculan yang ada di wilayahnya. Disarankan agar para pelaku UMKM yang telah memenuhi syarat diwajibkan berkontribusi untuk pembayaran pajak dan harus selalu update soal perkembangan perekonomian di wilayahnya agar terciptanya pengetahuan tentang perpajakan, karena para pelaku UMKM sekarang merupakan generasi yang tidak ketinggalan terhadap teknologi sehingga pihak DJP bisa membuat komunitas yang dapat menguntungkan kedua belah pihak baik dari sisi pemerintah maupun penjual berbasis *e-commerce*.

Daftar Pustaka

- Efraim Turban, David King, Jae Kyu Lee, Ting-Peng Liang, D. C. T. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective* (8th Ed). Switzerland: Springer International Publishing. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10091-3>
- Hasanudin, A. I, dkk. (2020). Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta : Urgensi Antara E-Commerce. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 15(1), 65–85.
- I Kadek Beny, M. L. D. (2021). Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Locus Delicti*, 2(2). <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/JLD>.
- Jamain, T. H., Ekonomi, F., & Sahid, U. (2019). *Analisis Kesadaran Wajib Pajak Dalam Transaksi E-Commerce (Wpop) Yang Merupakan Pelaku E-Commerce Di Kota Dki Jakarta*. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 2(2), 120–128.
- Leonardo, P., & Tjen, C. (2020). Penerapan Ketentuan Perpajakan pada Transaksi E-Commerce pada Platform Marketplace. *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 45–54. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17248>.
- Makalalag, L. (2016). Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Pengusaha Dalam Transaksi Perdagangan Online (E-Commerce). *Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion*, 4(1), 1–10.
- Mumuh, L. A., Tangkau, J. E. M., & Tala, O. Y. (2021). *Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Online Merchant Pada E-Commerce Di Kota Manado*. *JAIM: Jurnal Akuntansi Manado*, 2(3), 356–365.
- Neneng Sri Suprihatin, M. A. (2021). Dampak Penerapan Transaksi E-Commerce Melalui Pemungutan Pajak Penghasilan (Pph). *Jurnal Riset Akuntansi*, 16(1), 29–41.
- Nyoman, N., Paramitari, A., Ayu, I., Widiati, P., & Suryani, P. (2019). Analisis Yuridis Pemungutan Pajak Dalam Transaksi E - Commerce di Indonesia. *Jurnal Analogi Hukum*, 1(1), 114–119.
- Primastiwi, A, dkk. (2021) *Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm E-Commerce*. *JRMB*, 21–29.
- Sari, R. P. (2018). Kebijakan perpajakan atas transaksi *e-commerce*. *Jurnal Akuntabel*, 15(1), 67–72.

- Sihombing, G. A. (2021). *Analisis tentang Laporan Pajak Terutang terhadap Perdagangan Online (E- Commerce)*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5(2).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tutiek Yoganingsih, C. H. (2018). Eksistensi Pajak E-Commerce. *Jurnal Buana Akuntansi*, 6(1), 83–96.
- Valentino, F., & Wairocana, I. G. N. (2018). *Potensi Perpajakan Terhadap Transaksi E-Commerce Di Indonesia*. *Journal Ilmu Hukum*, 1–15.