

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang


Pada era Globalisasi, banyak perubahan yang baru dan harus dihadapi oleh masyarakat, karena dampak-dampak baru akan terus mengalir dan tanpa sadar masyarakat tidak bisa menghindari dampak baru yang terus bermunculan sedikit demi sedikit. Semua bidang tidak ada yang luput dari pengaruh Globalisasi. Seperti saat ini banyak diketahui dan dikenal masyarakat sekitar yaitu kemajuan Teknologi yang begitu pesat di era Globalisasi. Salah satunya adalah perusahaan berbasis *online*, saat ini sedang diminat banyak masyarakat Indonesia maupun Mancanegara mulai dari usia remaja hingga dewasa.

Menurut (Adyti, 2018) Toko *Online* atau *e-commerce* saat ini sedang marak di Indonesia dan menjadi tren terkini bagi masyarakat untuk berbelanja *online* dengan mudah dan praktis. Terutama generasi milenial yang menuntun serba cepat dan praktis, Dengan adanya toko *online* atau *e-commerce* ini sangat membantu masyarakat. Sistem belanja *online* terhubung melalui jaringan internet, tanpa perlu bertatap muka atau datang ke toko untuk membeli produk, proses ini sangat memudahkan hubungan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi *online* dan membantu pola hidup masyarakat yang ingin cepat tanpa harus menyita banyak waktu mereka yang sedang sibuk berkerja. Proses berbelanja *online* ini juga sangat mudah, praktis, dan tidak rumit (Olii, *et al* 2020).



Ada banyak *online marketplace* yang memberi kesempatan untuk pedagang memasarkan atau memperluas ruang lingkup untuk memasarkan produk-produk yang dapat dibeli oleh masyarakat secara luas. *E-Commerce* juga mempunyai banyak konten yang melibatkan sistem, data, maupun manajemen secara *online*. Proses *e-commerce* menggunakan transaksi dana, dan kegiatan jual beli secara *online*. Dengan bertransaksi *online* semua masyarakat dapat berbelanja dengan luas dan praktis tanpa harus datang untuk membeli produk. Pembayaran pun juga dapat dilakukan secara *online* melalui transfer melalui bank atau dengan dompet *online* yang tersedia pada masing-masing *e-commerce* (Fandiyanto 2019).

Praktis dan cepat bertransaksi di *e-commerce* bisa membuat banyak pengusaha yang menyukai sistem tersebut karena persediaan akan selalu tersedia, dan pengiriman menjadi lebih cepat karena jasa pengiriman dipermudah. Lalu lintas berbisnis *online* ini menggunakan kecepatan dan ketepatan bertransaksi sehingga jika masih menggunakan bisnis tradisional akan tertinggal jauh oleh pesaing. Dengan berjalannya perkembangan dari teknologi dan penggunaan internet yang meningkat pula jumlah transaksi *online* atau yang dikenal dengan *e-commerce* (Aco dan Endang, 2017). Hal ini membuat Indonesia menjadi pangsa pasar *e-commerce* yang potensial.

 Berbisnis *online* ini telah mengubah proses bisnis tradisional menjadi bisnis berbasis digital dengan menghilangkan inefisiensi pasar sehingga terbentuk suatu bisnis dengan dimensi baru (Lubis. Pemerintah telah mengatur aturan terkait *e-commerce* dalam beberapa kajian hukum. Diantaranya terdapat pada Undang-undang No.7 tahun 2014 tentang perdagangan yang menjelaskan kepastian

hukum serta kesepahaman mengenai perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.

Demikian juga peraturan mengenai perpajakan *e-commerce* juga telah dijelaskan oleh pemerintah melalui Surat Edaran Direktorat Jendral Pajak Nomer SE/52/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *e-commerce* dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *e-commerce*. Peraturan tersebut terdiri dari pajak penghasilan (PPh) dan pajak pertambahan nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce* yang meliputi pajak atas proses bisnis jasa penyediaan tempat dan waktu (*online marketplace*), pajak atas proses bisnis penjualan barang atau jasa (*classified ads*), pajak atas proses bisnis penyeteroran hasil penjualan kepada *online marketplace merchant* oleh penyelenggaraan online marketplace (*daily deals*) dan pajak atas *online retail*.

Menurut Surat Edaran No.210/ PMK.010/2018 telah di tegaskan secara efektif berlaku pada 1 April 2019. Dalam peraturan perpajakan terkait Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*) ini, penyedia platform *marketplace* wajib memiliki Nomer Pokok Wajib Pajak (NPWP) sekaligus wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Kewajiban pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak juga diberlakukan kepada penyedia platform *marketplace* meskipun memenuhi kriteria sebagai pengusaha kecil.

Kasus perpajakan di Indonesia yang memerlukan penanganan serius dari pemerintah karna pajak memerlukan sumber utama penerimaan Negara. Tanpa pendapatan pajak sebagian besar kegiatan Negara akan sulit dilaksanakan, misalnya pembiayaan berbagai proyek seperti pembangunan jalan, jembatan, sekolah, dan rumah sakit. Dalam hal ini mencerminkan bahwa peran pajak bagi Negara sangat penting dalam menunjang roda pemerintah dan pembiayaan pembangunan (Wisono dan Budiarmo, 2021). Salah satu penerimaan pajak yang memiliki kontribusi terbesar adalah pajak penghasilan (PPh) penerimaan PPh juga berasal dari pajak yang dibayarkan oleh wajib pajak badan usaha yang dianggap mengurangi laba badan usaha.

Menurut Rahayu (2017:353) Perencanaan pajak (*tax planning*) adalah wajib pajak dapat melakukan strategi penghematan pajak melalui perencanaan pajak. Tujuan perencanaan pajak adalah: 1) meminimalisasi beban pajak terutang, 2) memaksimalkan laba setelah pajak, 3) meminimalkan terjadinya kejuta pajak jika terjadi pemeriksaan pajak oleh fiskus, 4) memenuhi kewajiban perpajakan secara benar, efisien dan efektif sesuai dengan ketentuan perpajakan (Pohan 2013:21).

Menurut ketentuan tersebut, pengusaha yang penghasilannya telah melebihi batas untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak wajib mendaftarkan diri untuk dikukuhkan seperti Pengusaha Kena Pajak (PKP). Akan tetapi apabila pengusaha tidak mendaftarkan diri untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak maka Direktorat Jenderal pajak akan mengukuhkan pengusahaan tersebut secara jabatan dan menerima sanksi yang telah ditetapkan. Adapun perusahaan



yang penghasilannya belum memenuhi batas untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak maka bisa mengajukan permohonan kepada Direktorat Jenderal Pajak untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) sesuai dengan peraturan perpajakan (Rahimsyah 2012).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pembayaran pajak atas *e-commerce* sangat penting dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan. Namun omset yang diperoleh dari hasil penjualan menunjukkan dalam setahun mencapai 3,4M pada perusahaan dagang kebutuhan pokok di Surabaya, sedangkan untuk menjadi Pengusaha Kena Pajak omset yang dicapai belum memenuhi syarat untuk pengusaha dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Ada 2 pertimbangan yang mendorong perusahaan untuk mendaftarkan diri sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) antara lain ingin menciptakan *marketplace* dan memperluas jangkauan pemasaran dengan bergabung menjadi Mitra Tokopedia Bisnis (MTB). Dalam membayar pajak *e-commerce* sangat penting untuk membantu meningkatkan pendapatan atau pemasukkan Negara.

Pendapatan pajak yang diterima oleh pemerintah dapat digunakan untuk membiayai kebutuhan-kebutuhan lain yang diperlukan untuk membangun Negara untuk lebih maju dan berkembang serta bersaing oleh Negara-Negara maju lainnya. Oleh sebab itu, Timbullah keinginan penulis untuk melakukan sebuah penelitian yang berkaitan dengan pajak *e-commerce* dan pengukuhan pengusaha kena pajak dengan judul: “Analisis Perencanaan Pajak *E-Commerce*



Untuk Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak (PKP), studi kasus pada Perusahaan Dagang Kebutuhan Pokok di Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah: Bagaimana analisis perencanaan pajak *e-commerce* untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP), pada Perusahaan Dagang Kebutuhan Pokok di Surabaya.

1.3 Tujuan

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini tujuan dari peneliti melakukan penelitian ini adalah: Untuk menganalisis perencanaan perpajakan *e-commerce* dan pengukuhan Pengusaha Kena Pajak pada Perusahaan Dagang Kebutuhan Pokok di Surabaya.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perencanaan perpajakan di Indonesia, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis bagi mahasiswa dan menambah perbendaharaan di perpustakaan

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan diharapkan bisa membantu perusahaan/pelaku bisnis dalam menganalisis menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP).

- b. Bagi peneliti sekiranya bisa menambah wawasan tentang sistem perencanaan perpajakan terhadap *e-commerce* yang masih awam dan mengembangkan ilmu materi pembelajaran.

1.5 Ruang lingkup

Pembahasan penelitian ini terbatas pada Perusahaan Dagang Kebutuhan Pokok di Surabaya yang beralamat di Educity Residence, di Surabaya pada periode tahun 2020 sampai dengan 2021.

