
ANALISIS PENINGKATAN TAX RATIO MELALUI PEMENGUTAN PAJAK PADA EMARKET MEDIA SOSIAL

**Dewi Putri Batubara¹, Nisa Nurhasanah Purba², Stevanie Febiola Tampubolon³,
Putra Pratama Harahap⁴, Nico Septian Pratama Barus⁵, Dewi Pika Lbn Batu⁶**
dewiputri123@gmail.com¹, nisanurhasanahpurba@gmail.com², stevanifeb24@gmail.com³,
putrapratama.3213111044@mhs.unimed.ac.id⁴, nicoprata500@gmail.com⁵

Universitas Negeri Medan

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui peningkatan tax ratio melalui pemungutan pajak pada e-market media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi Pustaka (library research). Tahap penelitian dilakukan melalui penelitian kepustakaan yaitu mengumpulkan data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder dan penelitian lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perkembangan Transaksi melalui Ecommerce di Indonesia mulai sangat berkembang saat ini. Sejalan dalam perkembangan itu perlu adanya pengawasan, terutama hal pajak. Dalam kasus ini DJP mempunyai kewenangan atas hal tersebut. Pesatnya pertumbuhan Ecommerce ini dikarenakan transaksi yg lebih mudah dan memakan biaya yang lebih murah. Sesuai dengan Surat Edaran No. 63 Tahun 2013, pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi e-commerce telah dipungut sesuai aturan yang berlaku. Pemenuhan Pajak dari sektor Ecommerce adalah upaya pemerintah dalam meningkatkan rasio pajak di Indonesia.

Kata Kunci: Tax Ratio, E-Market, Pajak.

PENDAHULUAN

Sumber-sumber penerimaan negara yang penting dan dominansalah satunya dari penerimaan negara yang bersumber dari pajak. Sejak awal tahun 1980-an, pemerintah Indonesia tidak lagi dapat mengandalkan penerimaan negara dari sektor minyak bumi dan gas karenaturunnya harga minyak internasional (Sinaga, 2010). Penerimaan pajak dapat dikatakan telah meningkat seiring dengan peningkatan PDB Pemerintah dapat menetapkan rencana penerimaan pajak lebih pasti, jika pertumbuhan ekonomi yang ditandai dengan kenaikan PDB setiap tahun. Hal ini akan menjadi suatu pedoman dalam penyusunan APBN, khususnya mengenai penerimaan perpajakan.

Menurut UU No.16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan: "Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat". Menurut Rahmanta (2011: 28) Pajak adalah suatu pungutan yang merupakan hak prerogatif pemerintah dimana pungutan tersebut didasarkan pada undang-undang dan pemungutannya dapat dipaksakan kepada subyek dan obyek pajak. Pajak yang merupakan sumber penerimaan negara memiliki 2 fungsi (Mardiasmo, 2013:2), yakni fungsi budgetair, yaitu pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya dan fungsi mengatur (regulerend), yaitu pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi. Dalam pelaksanaan pemenuhan kewajiban perpajakan telah terjadi perbedaan kepentingan antara wajib pajak dan pemerintah. Wajib Pajak akan berusaha untuk menekan pembayaran pajaknya serendah mungkin, karena dengan membayar pajak

berarti mengurangi kemampuannya ekonominya, sedangkan pemerintah akan berusaha untuk menarik pajak semaksimal mungkin, karena untuk memutar roda pemerintahan diperlukan dana yang tidak sedikit dan pajak merupakan salah satu tumpuan pemerintah untuk memperoleh dana penyelenggaraan pemerintahan.

Peningkatan rasio pajak di Indonesia telah menjadi fokus utama pemerintah dalam upaya meningkatkan pendapatan negara melalui pajak. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah melalui pengumpulan pajak pada e-market media sosial. Rasio pajak merupakan perbandingan antara jumlah penerimaan pajak dibandingkan dengan Produk Domestik Bruto (PDB) dan digunakan untuk menilai tingkat kepatuhan pembayaran pajak oleh masyarakat dalam suatu negara. Di Indonesia, rasio pajak berada antara 11% - 13,3% dan mempunyai potensi untuk meningkatkan penerimaan perpajakan. Pemerintah mencapai rasio pajak ideal pada tahun 2022 yang berada di angka 13,6 persen dan melalui perpajakan, salah satu upaya informasi yang dilakukan adalah implementasi sistem perpajakan yang berbasis online seperti e-SPT reformasi PPN.

Pemungutan pajak terhadap tax ratio sangat signifikan. Tax Ratio merupakan perbandingan antara penerimaan pajak dengan Produk Domestik Bruto (PDB) dalam suatu periode. Jika pengumpulan pajak efektif, maka penerimaan pajak akan lebih tinggi, sehingga tax ratio akan naik. Sebaliknya, jika pemungutan pajak kurang efektif, maka penerimaan pajak akan rendah, sehingga tax ratio akan rendah. Faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pemungutan pajak antara lain efektivitas pemungutan pajak, pemenuhan Wajib Pajak, dan dukungan pemangku kepentingan.

Menurut Alfirman (2003), tax ratio (rasio pajak) secara sederhana didefinisikan sebagai rasio antara pajak (pendapatan) dan output. Rasio pajak tidak hanya dihitung untuk seluruh pajak yang dipungut oleh negara namun bisa juga untuk menghitung jenis-jenis pajak yang dipungut oleh masing-masing pemerintah daerah. Rasio pajak pada banyak kesempatan sering digunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja pemerintah dalam mengelola administrasi perpajakan. Dalam gambar berikut disajikan rasio pajak (penerimaan pajak/GDP) Indonesia dan negara-negara sekitar.

Pada emarket media sosial, pemerintah dapat menggali potensi penghasilan pajak orang pribadi melalui strategi seperti merangkul sektor informal hingga sektor formal, fokus pada sektor yang dikenai pajak, dan meningkatkan pemenuhan pajak melalui Certificate Clearance untuk berbagai. Online Marketplace, Classified Ads, Daily Deals, dan Online Retail. Online marketplace di Indonesia didominasi oleh beberapa pemain besar yaitu Tokopedia, Bukalapak, dan sebagainya. Penjualan dari toko-toko online ini pun meningkat dengan pesat. Bahkan menurut dailysocial.id, kedua pemain utama ini sudah tercatat sebagai unicorn, yaitu start-up atau perusahaan rintisan dengan nilai kapitalisasi lebih dari 1 milyar dolar. Selain nilai penjualan dan valuasi perusahaan yang terus meningkat, jumlah penjual di online marketplace pun berkembang dengan pesatnya. Berdasarkan data dari laman tokopedia.com disebutkan bahwa Tokopedia sudah memiliki lebih dari 6,2 juta penjual dengan lebih dari 150 juta pilihan produk. Di tahun 2020 pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 48/PMK.03/2020 tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan, Dan Penyetoran, Serta Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai Atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud Dan/Atau Jasa Kena Pajak Dari Luar Daerah Pabean Di Dalam Daerah Pabean Melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan ini menjadi dasar bagi pemerintah untuk memungut pajak atas transaksi digital yang diserahkan oleh subjek pajak luar negeri seperti netflix atau spotify. Di lain sisi transaksi dagang dalam negeri melalui online marketplace belum diatur lebih lanjut sehingga penerimaan pajak belum optimal padahal jumlah dan frekuensi transaksi elektronik semakin meningkat.

Penerimaan perpajakan dari transaksi melalui online marketplace masih rendah dengan tingkat pengawasan yang masih minim. Dari situlah penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji pengenaan pajak atas transaksi online, khususnya atas transaksi di dalam negeri. Dengan menggunakan kajian literatur dan studi kasus, peneliti mengeksplorasi alternatif pengenaan pajak atas transaksi tersebut. Peneliti berharap penelitian ini bisa bermanfaat untuk pemerintah dalam perumusan kebijakan dan memperkaya khazanah pengetahuan untuk akademisi dan praktisi perpajakan.

Implementasi PMSE PPN (Pajak Perdagangan Nilai) atas transaksi digital antar daerah pabean melalui perdagangan melalui sistem elektronik dapat membantu mengurangi kekurangan pendapatan pajak dari transaksi digital dan membangun basis pajak yang lebih luas. Selain itu, pemerintah dapat melakukan peningkatan rasio pajak melalui peningkatan penerimaan pajak dari sektor penghasilan orang pribadi, yang masih rendah dibandingkan negara-negara maju.

METODE PENELITIAN

Metode pada artikel ini menggunakan studi pustaka (library research) yaitu metode dengan pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Ada Empat tahap studi pustaka dalam penelitian yaitu menyiapkan perlengkapan alat yang diperlukan, menyiapkan bibliografi kerja, mengorganisasikan waktu dan membaca atau mencatat bahan penelitian (Menurut Zed, 2004). Tahap penelitian dilakukan melalui penelitian kepustakaan yaitu mengumpulkan data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder, dan penelitian lapangan. Pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan menkontruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transaksi e-commerce merupakan objek dan subjek pajak yang dapat dipungut atas pajaknya. Strategi perpajakan di bidang e-commerce seharusnya memiliki perlakuan yang berbeda untuk sistem dalam hal pengawasan. Pemerintah sebagai aktor dalam pembuat kebijakan, dalam hal ini adalah DJP yang bertanggungjawab untuk melakukan kewenangan atas pemungutan pajak di Indonesia. Pengawasan perpajakan dilakukan secara menyeluruh untuk pemungutan pajak di bidang e-commerce di Indonesia. Kemunculan transaksi e-commerce di Indonesia menyebabkan trend baru. Namun, pengawasan menjadi permasalahan tersendiri bagi DJP dalam perkembangan bisnis di dunia maya. E-commerce menjadi media perdagangan yang cukup efektif bagi masyarakat. Kebutuhan akan informasi secara cepat dapat didapat melalui media elektronik, disanalah e-commerce berkembang. Pengawasan yang terpenting adalah berasal dari DJP dari sistem yang dimiliki dan dibuat oleh DJP serta pemerintah. Fasilitas pendukung untuk keamanan dirasa perlu disesuaikan untuk menjaring para pelaku usaha online yang masih belum terdaftar sebagai wajib pajak. Para pelaku tersebut seharusnya mendapatkan himbauan mengenai perpajakan yang berlangsung. Data-data mengenai identitas dari para pelaku usaha online wajib dimiliki oleh pihak DJP untuk memastikan mengenai transaksi yang berlangsung beserta aspek perpajakannya.

Rasio pajak (tax ratio) merupakan suatu ukuran dari kinerja penerimaan pajak dalam suatu negara. Meskipun rasio pajak bukanlah satu-satunya indikator yang digunakan dalam mengukur kinerja pajak, tetapi rasio pajak hingga saat ini menjadi ukuran yang diasumsikan dapat memberi gambaran umum atas kondisi perpajakan dalam suatu negara.

Sederhananya, rasio pajak (tax ratio) adalah perbandingan antara penerimaan pajak secara kolektif pada suatu masa dengan Produk Domestik Bruto (PDB) pada masa yang sama. Dimana PDB ini merupakan total nilai barang dan jasa suatu negara dikurangi dengan nilai barang dan jasa yang digunakan dalam produksi. Bisnis e-commerce di Indonesia telah memasuki tahapan baru. Kemajuan teknologi dalam bidang perdagangan e-commerce bukan hanya tumbuh sangat pesat di Indonesia, namun juga ekosistem yang menyertainya akan meningkat pesat. Semakin mudah dan nyamannya konsumen melakukan transaksi jual beli melalui e-commerce (electronic commerce atau perdagangan elektronik), membuat transaksi perdagangan konvensional turun secara signifikan. Dengan adanya bukti terhadap peningkatan dalam transaksi E-Commerce, banyak pihak yang mulai menyadari pentingnya sebuah kebijakan dan informasi yang menyeluruh agar industri ini dapat tumbuh berkembang. Kemudian proses transaksi yang dilakukan di penjualan online tergolong sederhana, ditunjang dengan biaya operasional yang dikeluarkan lebih rendah dari pedagang konvensional pada umumnya serta menghasilkan omset yang lebih besar dari omset yang dihasilkan dari pedagang konvensional mengakibatkan perlunya pengadaan pemenuhan kewajiban perpajakan. Menurut Surat Edaran No. 63 Tahun 2013, pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi e-commerce telah dipungut sesuai aturan yang berlaku. Sehingga pedagang yang berjualan secara konvensional ataupun melalui e-commerce sama-sama telah melaksanakan kewajiban perpajakannya. Selain itu, konsumen yang berbelanja melalui pedagang konvensional ataupun e-commerce juga dikenakan pajak yang sama. Tidak ada perbedaan tarif pajak yang dikenakan atas transaksi melalui e-commerce dengan transaksi melalui cara konvensional. Hal ini berarti Surat Edaran tersebut hanya menegaskan ketentuan yang sudah ada, seperti Undang-Undang PPN, Undang-Undang KUP, dan Undang-Undang PPh.

Peningkatan pemungutan pajak terhadap emarket media sosial dapat memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap ekosistem bisnis online. Ini bisa mempengaruhi:

- a. Biaya Operasional: Bisnis online perlu menyesuaikan biaya operasional mereka dengan pajak yang lebih tinggi, yang mungkin mengurangi margin keuntungan mereka.
- b. Harga Produk: Peningkatan pajak bisa menyebabkan peningkatan harga produk untuk menutupi biaya tambahan, yang dapat memengaruhi daya beli konsumen.
- c. Kompetitivitas: Bisnis online yang beroperasi di bawah sistem pajak yang lebih tinggi mungkin kesulitan bersaing dengan pesaing yang tidak terkena dampak pajak yang sama.
- d. Inovasi dan Pertumbuhan: Peningkatan pajak bisa menghambat inovasi dan pertumbuhan bisnis online karena mereka harus fokus pada memenuhi kewajiban pajak daripada menginvestasikan dalam pengembangan produk dan layanan baru.
- e. Kepatuhan Pajak: Pemerintah dapat memperketat penegakan pajak terhadap bisnis online, yang mengharuskan mereka untuk mematuhi peraturan pajak yang lebih ketat dan mengalokasikan sumber daya tambahan untuk administrasi pajak.
- f. Perubahan Perilaku Konsumen: Konsumen mungkin berubah perilaku mereka dalam menanggapi peningkatan harga atau biaya tambahan yang ditransfer kepada mereka, yang dapat memengaruhi permintaan produk dan layanan online.

Strategi pemungutan pajak yang dapat dirancang untuk meningkatkan tax ratio tanpa menghambat pertumbuhan e-commerce melalui media sosial adalah sebagai berikut:

Penggunaan Basis Data Nasional (GPN): Direktorat Jenderal Pajak dapat menggunakan basis data nasional yang terintegrasi dengan gerbang pembayaran nasional untuk mendeteksi nilai transaksi penghasilan dari transaksi jual beli di media sosial. Hal ini memungkinkan pengawasan yang lebih efektif dan akurat dalam pemungutan pajak penghasilan

- Kerja Sama dengan E-Commerce: Pemerintah dapat bekerja sama dengan platform e-commerce untuk memantau dan mengawasi transaksi yang terjadi di media sosial. Hal ini dapat membantu dalam mengoptimalkan pengawasan pajak dan meningkatkan tax ratio tanpa menghambat pertumbuhan e-commerce
- Penggunaan Teknologi Digital: Pemerintah dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dalam pemungutan pajak. Contohnya, menggunakan sistem elektronik untuk mengumpulkan pajak dan memantau transaksi, serta mengembangkan aplikasi yang dapat membantu Wajib Pajak dalam mengelola pajak
- Pengawasan Transaksi Digital: Pemerintah dapat meningkatkan pengawasan transaksi digital dengan cara mengembangkan sistem yang dapat mendeteksi dan mengawasi transaksi yang terjadi di media sosial. Hal ini dapat membantu dalam mengoptimalkan pengawasan pajak dan meningkatkan tax ratio
- Penggunaan Data Analisis: Pemerintah dapat menggunakan data analisis untuk memantau dan mengawasi transaksi yang terjadi di media sosial. Hal ini dapat membantu dalam mengoptimalkan pengawasan pajak dan meningkatkan tax ratio tanpa menghambat pertumbuhan e-commerce
- Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran: Pemerintah dapat menggunakan media sosial untuk memasarkan produk dan jasa yang terkait dengan pajak, serta memberikan informasi tentang pentingnya membayar pajak secara tepat waktu. Hal ini dapat membantu dalam meningkatkan kesadaran pajak dan meningkatkan tax ratio

Penggunaan Sistem Pengawasan: Pemerintah dapat mengembangkan sistem pengawasan yang dapat membantu dalam mengawasi dan mengontrol transaksi yang terjadi di media sosial. Hal ini dapat membantu dalam mengoptimalkan pengawasan pajak dan meningkatkan tax ratio

1. Siti Chairana Nurmecca. (2020). Aspek Hukum Pemungutan Pajak Penghasilan dari Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial. Repository UIN Jakarta.
2. Edukasi Pajak. (2024). Kesadaran Pajak. Buku MTKPPT Edisi 2016.
3. Jurnal Pajak Indonesia. (2022). Kajian Pemungutan PPN. Volume 6, No. 2S.
4. Jurnal Aset. (2019). Tax Planning Untuk Menentukan Bentuk Usaha pada E-Commerce. Universitas Pendidikan Indonesia.
5. BPHN. (n.d.). Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia - BPHN. Data Documents - NA Perpajakan.

SIMPULAN

Perkembangan Transaksi melalui Ecommerce di Indonesia mulai sangat berkembang saat ini. Sejalan dalam perkembangan itu perlu adanya pengawasan, terutama hal pajak. Dalam kasus ini DJP mempunyai kewenangan atas hal tersebut. Pesatnya pertumbuhan Ecommerce ini dikarenakan transaksi yg lebih mudah dan memakan biaya yang lebih murah. Sesuai dengan Surat Edaran No. 63 Tahun 2013, pajak yang terutang melalui transaksi konvensional dan pajak yang terutang melalui transaksi e-commerce telah dipungut sesuai aturan yang berlaku. Pemenuhan Pajak dari sektor Ecommerce adalah upaya pemerintah dalam meningkatkan rasio pajak di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Amri. 2007. Pembangunan dan Kualitas Pertumbuhan Ekonomi Dalam Era Globalisasi (Teori, Masalah dan Kebijakan) Indonesia. Bogor: Penerbit Biografika.
- Amir, Amri. 2007. Pengaruh Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Pengangguran di Indonesia.
- Mubarak, Mu'min. 2014. "Pengaruh Pendapatan Perkapita dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Penerimaan Pajak di Indonesia". Jurnal. universitas negeri gorontalo.

- Tahir, Rusdin. 2004. Analisis Rasio Pajak Dalam Memprediksi Kapasitas, Upaya, dan Kinerja Perpajakan Indonesia. Jurnal. Universitas Padjadjaran.
- Ilyas, Wirawan B. dan Pandu Wicaksono. 2015. Pemeriksaan Pajak. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- 1 Siti Chairana Nurmecca. (2020). Aspek Hukum Pemungutan Pajak Penghasilan dari Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial. Repository UIN Jakarta.
- Edukasi Pajak. (2024). Kesadaran Pajak. Buku MTKPPT Edisi 2016.
- Jurnal Pajak Indonesia. (2022). Kajian Pemungutan PPN. Volume 6, No. 2S.
- Jurnal Aset. (2019). Tax Planning Untuk Menentukan Bentuk Usaha pada E-Commerce. Universitas Pendidikan Indonesia.
- BPHN. (n.d.). Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia - BPHN. Data Documents -NA Perpajakan.