

DAMPAK E-COMMERCE ATAS PENERIMAAN PAJAK PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK (KPP) PRATAMA MAKASSAR SELATAN

Hadriana Hanafie*)

***Abstract :** This study aims: to study and analyze the impact of e-commerce on tax revenue in the Tax Office (KPP) Pratama South Makassar. This study used a qualitative descriptive analysis method. The research data used were obtained from the Tax Office (KPP) Pratama South Makassar. The results of this study show that: the impact of e-commerce on tax revenue in the Tax Office (KPP) Pratama South Makassar rated good because tax revenue has increased every year. This is due to the compliance and awareness of taxpayers (WP) as the perpetrators of e-commerce transactions to pay his taxes every year, this may happen because the payment of taxes through e-commerce systems can be easily, quickly, saving time and costs, and to do each time, so the potential tax revenue can be collected optimally by upholding the principle of social justice and provide excellent service to taxpayers (WP), it creates a transparency that can minimize any fraud, leakage and fraud (KKN) in tax revenue in the tax Office (KPP) Pratama South Makassar.*

***Keywords:** e-commerce and taxes*

PENDAHULUAN

Kebijakan reformasi bidang perpajakan sebagai implementasi UU No. 28 Tahun 2007 adalah dengan penerapan suatu teknologi aplikasi bidang perpajakan berbasis komputer yang tepat dan akurat sangat membantu para wajib pajak dalam melakukan pengolahan data perpajakannya, yaitu menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri pajak yang terutang (Lucyanda dan Muryanto, 2009). Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga dapat dipaksakan dengan tidak mendapatkan balas jasa secara langsung. Pajak dipungut oleh penguasa atau pemerintah berdasarkan norma-norma hukum untuk membiayai produksi barang-barang dan jasa kolektif untuk mencapai kesejahteraan umum.

Iswahyudi dalam Harinuridin, (2009), penerimaan pajak merupakan sumber utama atau tulang punggung penerimaan negara yang digunakan untuk pembiayaan pemerintah dan pembangunan. Penerimaan dari sektor pajak diharapkan mampu mengurangi

ketergantungan pada utang luar negeri serta membangkitkan kembali kepercayaan diri bangsa Indonesia. Hal ini selaras dengan misi yang diemban oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) selaku otoritas pajak untuk menghimpun penerimaan negara dari sektor pajak guna menunjang kemandirian pembiayaan Anggaran Penerimaan Belanja Negara (APBN). Wahyuni (2012), oleh karena itu, pemerintah harus segera memperbaiki sistem pengawasan pembayaran termasuk system untuk memasukkan data harus dioptimalkan yang ada di Ditjen Pajak. Sehingga pajak yang diterima sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh pemerintah itu sendiri. Dengan memperbaiki system yang ada saat ini, merupakan salah satu untuk meningkatkan penerimaan pajak tahun ini. Gunadi (2011), tekad Pemerintah dalam membudayakan pajak untuk menjadikan masyarakat Indonesia menjadi sadar pajak rupanya sudah bulat, hal ini dilaksanakan dalam rangka melanjutkan pembangunan nasional menuju kemandirian bangsa.

Upaya untuk peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak ini, maka pemeriksaan sebagai salah satu sarannya. Analisa mengenai jumlah tambahan penerima pajak dari aktifitas pemeriksaan menunjukkan rasio yang semakin meningkat yang diharapkan merupakan gambaran keberhasilan pemeriksaan pajak untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak sekaligus meningkatkan penerimaan Negara (Gunadi, 2011). Rasio penerimaan pajak yang ada di negara berkembang, selain Indonesia, ada di level 16 persen. Karena itu, sangat mengejutkan jika pemerintah hanya menargetkan rasio penerimaan pajak sebesar 12 persen (Harinuridin, 2009). Untuk bisa memenuhi target pendapatan pajak, Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak disarankan untuk bergerak aktif. Mereka bisa memperluas kegiatan dengan ekstensifikasi pajak atau mencari potensi penerimaan pajak baru.

Sadono dalam Sripeni (2011), manfaat perdagangan internasional antara lain adalah memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri sendiri, memperoleh keuntungan dari spesialisasi, memperluas pasar dan menambah keuntungan, dan transfer teknologi modern. Sripeni (2011), aktivitas transaksi perdagangan melalui *e-commerce* sangat diminati oleh pelaku bisnis karena dengan cara ini dapat dilakukan dengan mudah, cepat, menghemat waktu dan biaya serta dapat dilakukan setiap waktu. Namun kemajuan yang pesat di dunia usaha tidak selalu diikuti dengan tingkat yang sama dalam bidang regulasi. Seperti diketahui Rancangan Undang-undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik di Indonesia baru disahkan pada awal tahun 2008, sehingga perlu sosialisasi mengenai undang-undang tersebut.

Arianto (2014), seiring dengan kemajuan teknologi dan semakin berkembangnya penggunaan internet di Indonesia, jumlah transaksi *online* atau

yang dikenal dengan *e-commerce* pun semakin meningkat. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar *e-commerce* yang potensial. Saat ini pemerintah tengah mengkaji bagaimana komposisi terbaik dalam menerapkan pajak atas transaksi *online*. Kementerian perdagangan mengaku tengah menyiapkan rancangan undang-undang (RUU) yang di dalamnya akan mengatur pengenaan pajak atas transaksi *online*. Ditargetkan RUU itu akan menjadi undang-undang pada tahun ini. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pun tengah menyiapkan aturan juga atas nama turunan dari Peraturan Pemerintah tentang Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Sementara itu, Ditjen Pajak rencananya akan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan TI dan perbankan untuk mendeteksi transaksi *online* yang selama ini susah dilacak. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana dampak *e-commerce* atas penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pajak

Pajak berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 16 tahun 2000 sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 yang selanjutnya disebut UU KUP 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.

Pajak merupakan 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 untuk kemakmuran rakyat. Resmi (2009:1) menjelaskan pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan, dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Pengertian tersebut disempumakan menjadi, pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplus”nya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*.

Pajak berdasarkan Soemitro (2009:1) adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplus”-nya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*. Smith dalam Prawoto (2010:56), pajak memiliki peranan yang penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, khususnya dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran negara termasuk pengeluaran pembangunan. Menurut Waluyo (2009:2) pengertian pajak adalah iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan”

Anangadipa dan Kiswara (2011), pajak adalah sumber penerimaan

pemerintah yang paling utama, karena berasal dari partisipasi masyarakat dan digunakan untuk melaksanakan pembangunan nasional. Oleh karena itu, Aplikasi Pajak merupakan sistem yang memiliki peran strategis dalam melaksanakan pembangunan nasional secara lebih efektif. Penerapan Aplikasi Pajak di Indonesia diawali pada tahun 2004 dan terus berkembang hingga saat ini. Aplikasi Pajak dapat diakses pada website resmi Ditjen Pajak yaitu www.pajak.go.id.

Berdasarkan definisi pajak yang telah dijabarkan sebelumnya, secara implisit terlihat ada dua fungsi pajak berdasarkan Mardiasmo (2009:1), yaitu sebagai berikut:

- a. Fungsi Penerimaan (*Budgetary*)
Pajak sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.
- b. Fungsi Mengatur (*Regulatory*)
Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi. Contoh: pajak yang tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras, pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang-barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif dan tarif pajak untuk ekspor sebesar 0%, untuk mendorong ekspor produk indonesia di pasaran dunia.

Aplikasi Pajak

Direktorat Jenderal Pajak menerapkan sistem pelayanan Aplikasi Pajak untuk memudahkan pelaporan pajak oleh wajib pajak. Aplikasi Pajak merupakan bentuk modernisasi pengisian pajak kaitannya dengan teknologi informasi (Kirana, 2010). Dengan memanfaatkan teknologi informasi, sistem perpajakan dapat lebih efektif, efisien dan dapat lebih mudah dipantau. Semakin banyaknya pihak yang menggunakan internet dalam aktivitas ekonominya membuat pemerintah selaku regulator berkewajiban menyediakan sistem

yang handal. Oleh karena itu pemerintah membuat sistem *e-Government*.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengembangkan layanan pajak berbasis internet untuk mengakomodasi perkembangan teknologi dan tuntutan akan adanya kemudahan dalam proses perpajakan. Maulana (2012), DJP mengembangkan teknologi informasi yang handal guna menjadi DJP organisasi yang lebih efektif dan efisien, yaitu:

1. *Complaint Center*
Tujuan dari dibentuknya *complaint center* adalah untuk menampung keluhan-keluhan dari wajib pajak.
2. *Call Center*
Fungsi dari *call center* adalah mempermudah WP dalam melakukan interaksi langsung tanpa dimanapun dan kapanpun.
3. Media Informasi Pajak
Wajib pajak dapat mengakses segala sesuatu yang berhubungan dengan pajak secara gratis.
4. *Website*
Ero informasi yang berkembang pesat menuntut DJP ikut dalam arus perkembangan tersebut. Salah satu yang dilakukan DJP adalah pembuatan *website*. Web ini dapat digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat untuk melihat informasi apa yang dikeluarkan oleh DJP dalam www.pajak.go.id.
5. *E-sytem* perpajakan
E-system dibuat oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam rangka mempermudah pelayanan terhadap WP berbasis Internet. *E-system* dapat dimanfaatkan oleh WP dalam melakukan transaksi perpajakan melalui beberapa kemudahan yang ditawarkan oleh e-system. Beberapa hal yang ada dalam *e-system* yaitu:
 - a. *e-Regristation*
e- Regristation adalah sebuah system pendaftaran wajib pajak secara on-line dengan sistem aplikasi sebagai bagian

dari penggunaan system teknologi informasi di DJP yang dihubungkan dengan perangkat komunikasi data berbasis perangkat keras dan perangkat lunak.

- b. *e- Filing*
e-Feling adalah suatu cara penyampaian SPT atau pemberitahuan perpajakan SPT yang dilakukan secara online yang real time melalui jasa aplikasi atau *application Service Provider*
- c. e- SPT
e- SPT adalah data SPT wajib pajak dalam bentuk yang dibuat oleh wajib pajak dengan menggunakan aplikasi e-SPT yang disediakan oleh wajib pajak.
- d. *On-line Payment*
On-line Payment merupakan pembayaran secara *on-line* sehingga dapat dibayar melalui bank-bank nasional dan beberapa tempat yang telah ditunjuk oleh DJP.
- e. *e-Commerce*
e-commerce adalah suatu cara penyampaian Surat Pemberitahuan yang dilakukan melalui sistem online secara *real time*. Sistem ini melibatkan Penyedia Jasa Aplikasi (*Application Service Provider*) yang merupakan pihak ketiga yang ditunjuk secara resmi oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam pelayanan *e-commerce*.
6. *Account Representative*
Account Representative (AR) di Direktorat Jenderal Pajak adalah pegawai Direktorat Jenderal Pajak yang diberi kepercayaan, wewenang, dan tanggungjawab untuk memberikan pelayanan, pembinaan, dan pengawasan secara langsung kepada Wajib Pajak tertentu. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 98/KMK.01/2006 menimbang bahwa pada Kantor Pelayanan Pajak yang telah mengimplementasikan organisasi moderen, telah ditetapkan

adanya *Account Representative* yang mengemban tugas ekstensifikasi perpajakan melalui pemberian bimbingan atau himbauan, konsultasi, dan pengawasan terhadap Wajib Pajak.

Penerimaan Pajak

Pemerintah telah melakukan reformasi perpajakan untuk meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak. Ditinjau dari jumlah pendapatan yang diterima oleh negara, penerimaan pajak merupakan penerimaan yang dominan dari seluruh penerimaan Negara (Febriyanti, 2013). Penerimaan pajak dapat diartikan sebagai penerimaan pemerintah yang dalam arti seluas-luasnya adalah mulai dari penerimaan dalam dan luar negeri. Penerimaan pajak dipandang sebagai bagian yang sangat penting dalam penerimaan negara, karena disamping cepat dan rendah biayanya, pajak merupakan sumber penerimaan yang sangat besar potensinya.

Gisijanto (2008), peran penerimaan pajak sangat penting bagi kemandirian pembangunan, karena pajak merupakan salah satu sumber penerimaan Negara dari dalam negeri yang paling utama selain dari minyak dan gas bumi untuk mendanai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Febriyanti (2013), jika dilihat dari sisi ekonomi, penerimaan dari sektor pajak merupakan penerimaan Negara yang potensial, karena melalui pajak pemerintah dapat membiayai sarana dan prasarana publik diseluruh sektor kehidupan, seperti sarana transportasi, air, listrik, pendidikan, kesehatan, keamanan, komunikasi, sosial dan berbagai fasilitas lainnya yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembangunan. Peningkatan penerimaan pajak memegang peranan strategis karena akan meningkatkan kemandirian pembiayaan pemerintah.

Berbagai kebijakan pemerintah untuk meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak terus digulirkan. Salah

satu langkah yang dilakukan dalam meningkatkan penerimaan pajak yaitu dengan diberlakukannya kewajiban kepemilikan NPWP bagi wajib pajak. Semua wajib pajak yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan objektif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan berdasarkan sistem *self assessment*, wajib mendaftarkan diri pada kantor DJP untuk dicatat sebagai wajib pajak dan sekaligus untuk mendapatkan NPWP. Kerjasama fiskus dan wajib pajak diperlukan pula dalam meningkatkan penerimaan pajak dimasa depan (Gisijanto, 2008).

Untuk mencapai tujuan pemungutan pajak perlu memegang teguh asas pemungutan dalam memilih alternatif pemungutannya. Maka terdapat keserasian pemungut pajak dengan tujuan dan asas yang masih diperlukan lagi yaitu pemahaman atas perlakuan pajak tertentu. Menurut Waluyo (2009;13) asas-asas pemungutan pajak yaitu :

a. Asas *Equality*

Pemungutan pajak harus bersifat adil dan merata yaitu pajak dikenakan kepada orang pribadi yang harus sebanding dengan kemampuan membayar pajak atau *ability to pay* dan sesuai dengan manfaat yang diterima. Adil yang dimaksud bahwa setiap wajib pajak menyumbangkan uang untuk mengeluarkan pemerintah sebanding dengan kepentingan dan manfaat yang diminta.

b. Asas *Certainty*

Penetapan pajak itu tidak ditentukan sewenang – wenang. Oleh karena itu, Wajib Pajak harus mengetahui secara jelas dan pasti pajak yang terutang, kapan harus dibayar, serta batas waktu pembayaran

c. Asas *Con*

Kapan Wajib Pajak itu harus membayar pajak sebaiknya sesuai dengan saat-saat yang tidak menyulitkan Wajib Pajak

d. Asas *Economy*

Secara ekonomi biaya pemungutan dan biaya pemenuhan kewajiban pajak bagi Wajib Pajak diharapkan seminimum mungkin, demikian pula beban yang dipikul Wajib Pajak.

Resmi (2009:9), cara pemungutan pajak dapat dibagi menjadi:

1) Stelsel Nyata (*riil stelsel*)

Pengenaan pajak didasarkan pada objek (penghasilan) yang nyata, sehingga pemungutannya baru dapat dilakukan pada akhir tahun pajak yakni setelah penghasilan yang sesungguhnya telah dapat diketahui. Kelebihan stelsel ini adalah pajak yang dikenakan realistis. Kelemahannya adalah pajak baru dapat dikenakan pada akhir periode (setelah penghasilan riil diketahui).

2) Stelsel Anggapan (*fictive stelsel*)

Pengenaan pajak berdasarkan pada suatu anggapan yang diatur oleh undang-undang, sebagai contoh penghasilan suatu tahun dianggap sama dengan tahun sebelumnya sehingga pada awal tahun pajak telah ditetapkan besarnya pajak yang terutang untuk tahun pajak berjalan. Kelebihan stelsel ini adalah pajak yang dibayar selama tahun berjalan, tahun harus menunggu akhir tahun. Kelemahannya adalah pajak yang dibayar tidak berdasarkan pada keadaan yang sesungguhnya.

Sistem pemungutan pajak suatu negara sangat berpengaruh terhadap peningkatan penerimaan dana pemerintahan. Mardiasmo (2009:7), sistem pemungutan pajak dapat dibagi menjadi 3 yaitu :

a) *Official Assessment System*

Sistem ini merupakan sistem pemungutan pajak yang member wewenang kepada pemerintah untuk menentukan besarnya pajak yang terutang.

Ciri-cirinya adalah:

1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang pada fiskus.

2) Wajib pajak bersifat pasif.

3) Utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

b) *Self Assessment System*

Sistem ini merupakan pemungutan pajak yang memberikan wewenang, kepercayaan, tanggung jawab Wajib Pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang harus dibayar.

Ciri-cirinya adalah:

1) Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri.

2) Wajib pajak aktif, mulai dari menghitung, menyetor dan melaporkan sendiri pajak yang terutang.

3) Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi.

c) *Withholding System*

Sistem ini merupakan sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga untuk memotong atau memungut besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak. Ciri-cirinya adalah wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan wajib pajak.

Pasal-Pasal Pajak yang terkait dalam Perdagangan *E-Commerce*

Gisijanto (2008), dalam *e-commerce* terdapat pasal yang terkait dalam pemenuhan kewajiban pajak, antara lain :

a) PPh pasal 22

PPh pasal 22 merupakan salah satu bentuk pemotongan yang dilakukan oleh pihak lain terhadap Wajib Pajak yang melakukan penyerahan barang. Pada umumnya pengenaan PPh pasal 22 ini dikenakan terhadap perdagangan barang

yang dianggap menguntungkan sehingga penjual atau pembelinya kemungkinan besar akan mengalami keuntungan, termasuk juga dengan transaksi *E-commerce* yang melakukan penyerahan dan transaksi barang dengan :

1. Bendaharawan pemerintah
2. Badan-badan tertentu untuk memungut pajak dari Wajib Pajak

b) PPh pasal 25

Pasal yang menggambarkan besarnya angsuran yang harus dibayarkan sendiri oleh wajib pajak dalam tahun pajak berjalan disebut PPh 25. Menurut UU Nomor 36 Tahun 2008, besarnya angsuran pajak penghasilan pasal 25 disamakan dengan besarnya angsuran pajak untuk bulan terakhir tahun pajak yang lalu, sehingga akhir tahun baru akan dihitung kurang bayar atau lebih bayar dari pajak yang telah kita angsur setiap bulannya.

c) PPh pasal 29

PPh pasal 29 adalah kurang bayar nominal pajak penghasilan yang harus dilunasi, dikarenakan pajak terutang untuk suatu tahun pajak ternyata lebih besar dari pada kredit pajaknya. Dalam hal transaksi *E-commerce* PPh 29 baru akan diketahui setelah SPT tahunan di isi oleh Wajib Pajak yang bersangkutan atau sama seperti wajib pajak lain.

Pengertian E-Commerce

E-commerce pertama kali diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertama kali banner elektronik dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan di suatu halaman Web. *Electronic Commerce* (perniagaan elektronik) merupakan bagian dari *electronic business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*). Definisi global tentang *e-Commerce* adalah semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik. Definisi yang formal tentang *e-Commerce* diberikan oleh Baum

(2000) dalam Jauhari (2010), yakni: suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Karmawan (2010), *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan. Dengan aplikasi *e-commerce*, hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan secara lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (*door to door, one-to-one relationship*).

Salah satu media yang digunakan dalam *e-commerce* adalah internet. Perkembangan media ini merupakan yang paling pesat dibandingkan dengan media lain dalam mendukung *e-commerce*. Ada dua faktor pendukung yang menyebabkan internet berkembang lebih cepat dalam memediasi *e-commerce*, yakni (1) internet memiliki jangkauan yang sangat luas, murah, cepat, dan mudah diakses oleh publik; (2) internet menggunakan *elecronic data* sebagai media penyampaian pesan/data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas, baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital. *E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi

proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet (Aprilia dkk, 2014).

Mekanisme Transaksi E-Commerce

Salah satu penerapan ICT dan internet dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM, e-pemasaran, atau pemasaran online, pemrosesan transaksi online, pertukaran data elektronik (*electronic data interchange /EDI*), promosi barang/produk dan lain-lain. Mekanisme transaksi *e-commerce* merupakan transaksi antara pihak *e-merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) dengan *e-customer* (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah *paper document*, melainkan dokumen elektronik (Wahyuni, 2012).

Karmawan (2010) mekanisme transaksi *e-commerce* dimulai dengan adanya penawaran suatu produk tertentu oleh penjual disuatu situs melalui server yang berada di Indonesia. Ustadiyanto, (2011:12), dilihat dari jenis transaksinya, *e-commerce* dikelompokkan menjadi dua segmen yaitu:

- a) *Business to business e-commerce (B2B e-commerce)*
B2B e-commerce adalah transaksi perdagangan melalui internet yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan. Transaksi dagang tersebut sering disebut sebagai *Enterprise Resources Planning (ERP)* ataupun *supply chain management*
- b) *Business to consumer (B2C)*

B2C e-commerce merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang konsumsi dengan konsumen

Perpajakan Atas Penghasilan E-commerce

Darussalam (2007:130) terdapat tiga prinsip dasar yang dikembangkan dalam mengantisipasi pemajakan atas transaksi *e-commerce*, yaitu :

- a. Pemajakan atas transaksi yang dilakukan secara elektronik tidak boleh diperlakukan secara berbeda dengan transaksi yang dilakukan tidak secara elektronik
- b. Jika ketentuan perpajakan yang berlaku saat ini memungkinkan untuk diterapkan terhadap transaksi *e-commerce*, maka ketentuan inilah yang diterapkan
- c. Adanya kesepakatan diantara *tax regime* masing-masing negara untuk menghindari konflik pajak berganda.

Dimensi E-commerce

Wirasari (2009:11-12) menyebutkan bahwa dimensi dan indikator dari *e-commerce* terdiri dari 3 yaitu :

- a. *Processes* dimana dalam terdapat beberapa indikator yang mencakup dari proses ini diantaranya *marketing, sales, dan payment..*
 - a) *Marketing/Pemasaran*
Marketing adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.
 - b) *Sales/Penjualan*
Sales adalah pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan

- c) *Payment/Pembayaran*
Payment adalah pelunasan oleh debitur kepada kreditur atas transaksi penjualan dari kedua belah pihak.
- b. *Institution* yang terdiri dari *governments* dan *bank*.
- a) *Governments/Pemerintah*
 Adalah Suatu bentuk organisasi yang bekerja dengan tugas menjalankan suatu sistem pemerintahan, atau suatu badan persekumpulan yang memiliki kebijakan tersendiri untuk mengelola, memanager, serta mengatur jalannya suatu sistem pemerintahan.
- b) *Bank*
 Adalah suatu institusi atau lembaga yang menghimpun uang dari nasabah, dalam bentuk simpanan dan menyalurkan lagi kepada nasabah dalam bentuk kredit dan berbagai bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf ekonomi nasabah.
- c. *Ini* merupakan bagian yang paling penting dari transaksi *e-commerce* yaitu *internet* (hubungan antara produsen dan pelanggan)
Internet adalah (*Interconnected Network*) merupakan jaringan global yang menghubungkan komputer yang satu dengan lainnya diseluruh dunia. Dengan Internet, komputer dapat saling terhubung untuk berkomunikasi, berbagi dan memperoleh informasi. Dengan begitu maraknya informasi dan kegiatan di Internet, menjadikan Internet seakan-akan sebagai dunia tersendiri yang tanpa batas. Dunia didalam Internet disebut juga dengan dunia maya (*cyberspace*)..

Model-model E-commerce

Sesuai dengan Surat Edaran DJP Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*, disana telah dijelaskan bahwasanya perlu adanya pengoptimalan dalam

potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce*. Secara garis besar, karena model transaksi yang cukup sederhana serta kegiatan yang dapat dilakukan dimana saja, maka transaksi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelakunya. Dalam penanganan yang telah dilakukan oleh pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terdapat empat model transaksi *e-commerce* beserta aspek perpajakannya. Keempat model transaksi tersebut adalah sebagai:

a) *Online Marketplace*

Transaksi model ini merupakan kegiatan untuk menyediakan tempat usaha di Mal Internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* (penjual) dalam hal menjual barang atau jasa kepada pembeli yang bertransaksi melalui Mal Internet. Dalam hal bertransaksi dengan model *e-commerce* ini menggunakan pihak ketiga sebagai rekening *escrow account* bank Penyelenggara *Online Marketplace*. Pihak penyelenggara akan membayarkan hasil penjualan barang atau jasa kepada penjual dengan terlebih dahulu melakukan pemotongan *fee* atas hasil yang didapatkan. Pembeli membayarkan barang atau jasanya melalui rekening Penyelenggara.

b) *Classified Ads*

Transaksi pada jenis model *e-commerce* ini merupakan kegiatan untuk menyediakan tempat atau waktu guna memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi dan lain-lain) berupa barang atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Baik Pengiklan maupun Pengguna Iklan akan bertransaksi secara mandiri, tidak terdapat pihak ketiga yang membantu dalam hal proses pembayaran barang atau jasa yang akan dijual. Penyelenggara

Classified Ads hanya sebagai tempat bagi Pengiklan dalam hal proses promosi barang atau jasa yang akan dijual.

c) *Daily Deals*

E-commerce dalam kategori ini merupakan penyediaan kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* yang berfungsi sebagai tempat *Daily Deals Merchant* (penjual), dalam hal menjual barang atau jasa kepada para Pembeli dengan menggunakan *Voucher* sebagai salah satu sarana pembayaran.

d) *Online Retail*

E-commerce dalam kategori ini paling banyak digunakan oleh pelaku usaha *online* di Indonesia. Seperti halnya melakukan kegiatan promosi dan penjualan melalui jejaring media sosial. *Online Retail* merupakan kegiatan menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara *Online Retail* sekaligus sebagai *Online Retail Merchant* (penjual) kepada Pembeli di situs *Online Retail*. Untuk model *e-commerce* ini penyelenggara juga berfungsi sebagai penjual yang ikut serta dalam hal bertransaksi atas barang atau jasa yang dipajang di dalam media online.

METODE PENELITIAN

Metode analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu menganalisis variabel-variabel yang relevan pada objek yang diteliti dengan data yang diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi dengan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Prosedur penerimaan pajak
2. Rencana penerimaan pajak
3. Pembuatan laporan penerimaan pajak
4. Transaksi *e-commerce* dalam aspek perpajakan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Prosedur Penerimaan Pajak

Penerimaan pajak merupakan sumber utama atau tulang punggung penerimaan negara yang digunakan untuk pembiayaan pemerintah dan pembangunan. Penerimaan dari sektor pajak diharapkan mampu mengurangi ketergantungan pada utang luar negeri serta membangkitkan kembali kepercayaan diri bangsa Indonesia. Hal ini selaras dengan misi yang diemban oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) selaku otoritas pajak untuk menghimpun penerimaan negara dari sektor pajak guna menunjang kemandirian pembiayaan Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN).

Penerimaan pajak dilaksanakan oleh seksi Pengolahan Data dan Informasi (PDI) dengan cara menyusun estimetis penerimaan Pajak berdasarkan potensi pajak, perkembangan Ekonomi dan Keuangan. Prosedur operasi ini menguraikan tata cara pemrosesan dan penatausahaan dokumen masuk secara umum di Seksi PDI. Yang dimaksud dengan dokumen dalam SOP ini adalah surat, laporan, formulir, kartu, daftar, dan buku yang digunakan di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak.

- 1) Kepala Seksi PDI menerima dokumen masuk yang telah didisposisi Kepala KPP, memberikan disposisi, menugaskan untuk menatausahakan atau untuk memproses dokumen masuk, dan meneruskan dokumen masuk tersebut kepada Pelaksana Seksi PDI. Dalam hal telah terdapat SOP untuk memproses dokumen masuk tersebut, maka Kepala Seksi menindaklanjutinya sesuai dengan SOP terkait.
- 2) Dokumen untuk disimpan kemudian ditatausahakan, sedangkan untuk dokumen yang akan diproses ditindaklanjuti sesuai dengan penugasan Kepala

Seksi PDI. Dalam hal atas dokumen masuk tersebut harus dibuatkan respon/balasan/tindak lanjut, Pelaksana Seksi PDI melakukan penghimpunan bahan, membuat konsep dokumen keluar, dan meneruskan konsep dokumen tersebut ke Kepala Seksi PDI.

- 3) Kepala Seksi PDI meneliti dan mengotorisasi konsep dokumen keluar serta meneruskannya ke Kepala Kantor Pelayanan Pajak.
- 4) Kepala Kantor Pelayanan Pajak menyetujui dan menandatangani dokumen keluar.
- 5) Dokumen yang telah ditandatangani, diterima, dicatat datanya, serta diberi cap, nomor, dan tanggal oleh Sekretaris Kepala KPP, kemudian diteruskan ke Pelaksana Seksi PDI.
- 6) Pelaksana Seksi PDI menerima, menginput/mencatat data dokumen keluar, menatausahakan arsip yang berasal dari dokumen masuk maupun arsip dari dokumen keluar, meneruskan tembusan ke seksi terkait, serta meneruskan dokumen keluar yang siap dikirim ke Subbag Umum dengan menggunakan buku eskpedisi.
- 7) Penyampaian dokumen keluar kepada Pihak Eksternal oleh Subbagian Umum.
- 8) Proses Selesai. Berikut bagan alir prosedur penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan.

Rencana Penerimaan Pajak

Prosedur rencana penerimaan pajak berdasarkan potensi pajak, perkembangan Ekonomi dan Keuangan yang meliputi proses kompilasi rencana penerimaan pajak dari masing-masing Seksi Pengawasan dan Konsultasi dengan mempertimbangkan potensi Wajib Pajak, penerimaan pajak dan perkembangan ekonomi menjadi rencana penerimaan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) dan dalam penelitian ini

adalah KPP Pratama Makassar Selatan, dengan prosedur sebagai berikut:

- 1) Kepala Kantor menerima Rencana Penerimaan Pajak dari Kepala Seksi Pengawasan dan Konsultasi I, II, III, dan IV dan menugaskan Kepala Seksi Pengolahan Data dan Informasi untuk mengkompilasi menjadi Rencana Penerimaan Kantor.
- 2) Kepala Seksi Pengolahan Data dan Informasi menerima Rencana Penerimaan Pajak yang telah disetujui Kepala Kantor Pelayanan Pajak dan menugaskan Pelaksana untuk mengkompilasi rencana penerimaan pajak.
- 3) Pelaksana menghimpun dan mengkompilasi Rencana Penerimaan Pajak dari Seksi Pengawasan dan Konsultasi I, II, III, dan IV, membuat konsep Nota Dinas Pengantar, dan menyampaikan kepada Kepala Seksi Pengolahan Data dan Informasi.
- 4) Kepala Seksi Pengolahan Data dan Informasi meneliti dan mengotorisasi Rencana Penerimaan Pajak Kantor Pelayanan Pajak, konsep Nota Dinas Pengantar, dan menyampaikan kepada Kepala Kantor Pelayanan Pajak.
- 5) Kepala Kantor Pelayanan Pajak meneliti dan menandatangani Rencana Penerimaan Pajak Kantor Pelayanan Pajak dan konsep Nota Dinas Pengantar, kemudian mengembalikan kepada Kepala Seksi Pengolahan Data dan Informasi.
- 6) Kepala Seksi Pengolahan Data dan Informasi menugaskan Pelaksana untuk mengirimkan Rencana Penerimaan Pajak Kantor Pelayanan Pajak ke Kantor Wilayah.
- 7) Pelaksana menyampaikan Rencana Penerimaan Pajak Kantor Pelayanan Pajak yang telah ditandatangani Kepala Kantor Pelayanan Pajak ke Subbagian Umum untuk dikirim ke Kantor Wilayah melalui SOP Tata Cara Penyampaian Dokumen di KPP.
- 8) Proses selesai.

Berikut bagan alir rencana penerimaan pajak berdasarkan potensi pajak, perkembangan Ekonomi dan Keuangan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan.

Pembuatan Laporan Penerimaan Pajak

Prosedur operasi pembuatan laporan penerimaan pajak menguraikan tata cara pembuatan laporan penerimaan Pajak. Proses pembuatan laporan penerimaan pajak meliputi proses penerimaan nota debit, nota kredit, rekening koran yang disampaikan oleh pihak terkait dan penyusunan laporan.

- 1) Kepala Seksi Pengolahan Data dan Informasi menerima Nota Debet, Nota Kredit, Rekening Koran, dari instansi terkait yang telah didisposisi oleh Kepala Kantor Pelayanan Pajak (SOP Tata Cara Penerimaan Dokumen di KPP) kemudian menugaskan Pelaksana Seksi PDI untuk menyusun konsep Laporan Penerimaan Pajak.
- 2) Pelaksana Seksi PDI menghimpun/mengolah bahan penyusunan konsep Laporan Penerimaan Pajak, mengarsipkan dokumen dari instansi terkait tersebut dan meneruskan konsep laporan tersebut kepada Kepala Seksi PDI.
- 3) Kepala Seksi PDI meneliti dan memaraf konsep Laporan Penerimaan Pajak, kemudian menyampaikan konsep laporan tersebut kepada Kepala Kantor. Dalam hal Kepala Seksi PDI tidak menyetujui konsep Laporan Penerimaan Pajak, maka Pelaksana Seksi PDI harus memperbaiki konsep laporan.
- 4) Kepala Kantor menyetujui dan menandatangani Laporan Penerimaan Pajak, kemudian mengembalikan kepada Kepala Seksi PDI. Dalam hal Kepala Kantor tidak menyetujui konsep Laporan Penerimaan Pajak, maka Kepala Seksi PDI harus memperbaiki konsep laporan tersebut.

- 5) Kepala Seksi PDI menugaskan Pelaksana Seksi PDI untuk menatausahakan dan menyampaikan kepada Sub Bagian Umum.
- 6) Proses Selesai. Berikut bagan alir pembuatan laporan penerimaan pajak pada KPP Pratama Makassar Selatan.

Transaksi *e-Commerce* dalam Aspek Perpajakan

Pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam mengadakan pengawasan serta penanganan terhadap penerimaan pajak di bidang *e-commerce* memerlukan langkah yang tepat di dalam penerapannya. Hal tersebut karena pada subjek dan objek pajak adalah pihak-pihak yang terlibat di dalam dunia maya yang secara fisik sulit untuk ditemukan. Kegiatan *e-commerce* sendiri merupakan kegiatan perdagangan yang menggunakan jaringan elektronik. Para pelakunya tidak dapat diidentifikasi langsung secara fisik, karena kegiatannya yang berada di dunia maya.

Terlihat bahwasanya masih perlu adanya pengawasan serta penanganan yang dilakukan dalam aspek penerimaan pajak di bidang *e-commerce*. Pemmasalahan yang terjadi adalah terletak pada siapa subjek dan apa objek pajak yang melekat pada transaksi ini. Diperlukan pemahaman yang lebih terkait mekanisme serta aspek penerimaan pajak yang melekat untuk kegiatan *e-commerce* ini. Data-data laporan keuangan yang terjadi di dalam suatu objek perpajakan menjadi penanganan yang mendapatkan sedikit kesulitan dalam hal pengenaan penerimaan pajak. Di dalam *e-commerce* tidak ada perbedaan dengan transaksi perdagangan secara konvensional, hanya saja karena transaksi yang digunakan melalui media elektronik, maka menjadi hal yang penting dalam penegasan aspek perpajakannya. Sesuai dengan Surat Edaran DJP Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas

Transaksi *E-commerce*, telah dijelaskan bahwasanya perlu adanya pengoptimalan dalam potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce*.

a. Penanganan terhadap Pajak di bidang *e-Commerce*

Penanganan yang dilakukan oleh para *Account Representative* (AR) pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan memuat dari berbagai klasifikasi model bisnis masing-masing transaksi *e-commerce*. Para Wajib Pajak pelaku usaha *online* dilakukan pemungutan oleh pihak fiskus berdasarkan aspek perpajakan atas kegiatan dagangnya. Baik dari segi penjualan, pembelian, pajak atas penambahan nilai barang atau jasa tersebut maupun seluruh proses yang berkaitan dengan pemungutan pajak yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang Perpajakan. Aspek perpajakan tersebut berlaku bagi setiap pihak-pihak yang berkaitan dengan penyelenggaraan kegiatan *e-commerce*. Para pelakunya merupakan subjek dan objek yang di dalam kegiatan perdagangannya memiliki aspek perpajakan yang dikenakan.

Selain itu penanganan untuk transaksi *e-commerce* ini adalah sesuai dengan transaksi pada perdagangan secara konvensional. Tidak ada perbedaan dalam hal pemungutannya, yaitu sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hanya saja penerapannya terhadap para pelaku bisnis di bidang *e-commerce* membutuhkan proses penangkapan atau penjaringan data yang cukup sulit. Keadaan para pelaku yang menggunakan media dunia maya, menyebabkan pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menjadi kesulitan. Berikut adalah bagan alir (*flowchart*) penanganan perpajakan dalam hal penerimaan pajak bagi *Account Representative*

(AR) terhadap Wajib Pajak pelaku *e-commerce*.

b. Pengawasan *Account Representative* (AR)

Account Representative (AR) merupakan ujung tombak dari pelayanan yang dilakukan oleh pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) kepada para Wajib Pajak. Salah satu tugas dan tanggungjawab dari *Account Representative* (AR) adalah meneliti pengawasan kepatuhan formal Wajib Pajak serta melakukan penelitian dan analisa kepatuhan material Wajib Pajak atas pemenuhan kewajiban perpajakannya. Maka, secara tidak langsung pengawasan atas pemenuhan potensi perpajakan yang sesuai dengan wilayahnya merupakan tanggungjawab dari para *Account Representative* (AR) tersebut.

Proses pengawasan yang dilakukan para *Account Representative* (AR) adalah dengan melakukan penggalan data, melalui data internal yang telah dimiliki oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sesuai dengan basis wilayah perpajakannya. Meskipun melalui kegiatan pencarian data pelaku *e-commerce* dengan data dari internet maupun surat kabar. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi dari *e-commerce* di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan melalui pengawasan yang dilakukan para *Account Representative* (AR).

Prosedur atau skema pengawasan dalam rangka intensifikasi perpajakan terhadap *e-commerce* dapat dijelaskan melalui *flowchart* di bawah ini. Hal ini bertujuan guna menganalisis upaya yang dilakukan AR terhadap Wajib Pajak pelaku usaha *e-commerce*. Selain itu kegiatan pengawasan di dalam perpajakan menjadi tolak ukur dalam proses intensifikasi yang terjadi untuk terus

mengamankan penerimaan negara melalui pajak.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan, ditemukan berbagai terobosan yang terkait dengan aplikasi Teknologi Informatika dalam kegiatan perpajakan. Terobosan penggunaan sarana elektronik ini tidak lain adalah sebagai bagian dari reformasi perpajakan (*tax reform*), khususnya di bidang administrasi perpajakan, dengan tujuan untuk memudahkan, meningkatkan serta mengoptimalkan pelayanan kepada masyarakat sebagai Wajib Pajak. Peningkatan pelayanan telah menjadi kata kunci (*keyword*) bagi tugas Kantor Pajak untuk ke depannya, dan ini juga telah menjadi tugas seluruh jajaran Direktorat Jenderal Pajak

1. Penerimaan Pajak

Prosedur penerimaan Pajak dimulai dari Wajib pajak yang mendaftarkan objek pajak dengan cara mengambil dan mengisi formulir SPOP (Surat pemberitahuan Objek Pajak) secara jelas, benar, dan lengkap dan dikembalikan ke tempat yang ditunjuk untuk pengambilan dan pengembalian SPOP. Surat Pemberitahuan Objek Pajak (SPOP) adalah sarana bagi Wajib Pajak (WP) untuk mendaftarkan Objek Pajak yang akan dipakai sebagai dasar untuk menghitung Pajak yang terutang. Formulir SPOP disediakan dan dapat diambil gratis di Kantor Pelayanan Pajak atau tempat lain yang ditunjuk atau melalui teknologi internet.

Peningkatan dengan mengedepankan pelayanan terlihat dengan terus dikembangkannya administrasi perpajakan modern melalui Teknologi Informasi di berbagai aspek kegiatan seperti dalam hal penyampaian Surat Pemberitahuan

melalui media elektronik. Sehubungan dengan hal tersebut maka Direktur Jenderal Pajak telah mengeluarkan Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-88/PJ./2004 tanggal 14 Mei 2004 jo KEP-05/PJ./2005 tanggal 12 Januari 2005 tentang Penyampaian Surat Pemberitahuan secara Elektronik atau yang dikenal dengan *e-Commerce*.

Pada dasarnya *e-commerce* hanya sebatas pada proses penyampaian Surat Pemberitahuan, sebagai alternatif pilihan layanan disamping proses manual yang selama ini dilakukan ke proses digital dengan media elektronik, dimana proses penyusunan data, perhitungan dan persiapan laporan SPT tetap dilakukan seperti yang selama ini telah dijalankan oleh masing-masing Wajib Pajak. Tujuan dari penyediaan fasilitas ini adalah untuk lebih memberikan layanan kepada masyarakat Wajib Pajak dengan pemanfaatan teknologi, yang secara keseluruhan cenderung berbiaya lebih murah dan dengan proses yang lebih cepat karena Wajib Pajak merekam sendiri Surat Pemberituannya sehingga bisa lebih akurat, efektif dan efisien. Adanya data silang pajak ini akan menciptakan keadilan pajak dan transparansi sehingga dapat meminimalisasi segala kecurangan, kebocoran dan penyimpangan (KKN) dalam untuk menghimpun pendanaan untuk APBN sehingga target penerimaan pajak dapat tercapai secara optimal.

2. Transaksi *E-Commerce* dalam Aspek Perpajakan

Segmentasi yang ada pada system *e-commerce* telah disesuaikan dengan mekanisme perpajakan yang telah berlaku di Indonesia. Pihak DJP berusaha membuat skema yang berlangsung pada masing-masing

jenis *e-commerce*. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan Wajib Pajak pelaku usaha *online* untuk penerimaan Negara serta menciptakan kondisi bisnis khususnya pada *e-commerce* secara baik dan teratur, karena aspek perpajakan pada setiap proses bisnis menjadi landasan yang penting bagi fiskus.

a. Pengawasan Perpajakan di Bidang *E-commerce*

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 Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan yang bertanggungjawab untuk melakukan kewenangan atas pemungutan pajak. Pengawasan perpajakan dilakukan secara menyeluruh untuk pemungutan pajak di bidang *e-commerce*.

Penerapan transaksi *e-commerce* di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan menyebabkan *trend* baru. Aspek ekonomi khususnya perpajakan menjadi fokus untuk menghimpun pendanaan untuk APBN. Untuk itulah pengawasan yang terpenting adalah berasal dari sistem yang dimiliki dan dibuat oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan 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 KPP Pratama Makassar Selatan untuk memastikan mengenai transaksi yang berlangsung.

Pengawasan dari para AR juga sudah dilakukan dalam rangka pemenuhan kewajiban perpajakan bagi Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Pengawasan secara menyeluruh kepada Wajib Pajak pelaku usaha *online* dan sistem fasilitas pendukung dari KPP Pratama Makassar Selatan mampu meningkatkan potensi perpajakan dari transaksi *e-commerce*. Pengawasan pegawai pajak khususnya AR dalam menangani permasalahan perpajakan masing-masing wilayahnya menjadi tolak ukur dalam *e-commerce*.

b. Penanganan Perpajakan di Bidang *E-commerce*

Aspek perpajakan pada penanganan di bidang *e-commerce* merupakan hal yang sama pada aspek perpajakan untuk bidang perdagangan secara konvensional. Hal tersebut terletak pada PPh, PPN, PPnBM, dan Bea Materai. Aspek perpajakan ini dikenakan atas kegiatan transaksi yang dilakukan. Hal tersebut akan mempermudah pihak fiskus dalam meneliti Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

Penanganan perpajakan terkait dengan transaksi *e-commerce* memberikan ruang bagi pemenuhan potensi perpajakan. Secara umum penanganan yang sama diberikan untuk Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Aspek perpajakan yang timbul merupakan kewajiban dari Wajib Pajak untuk melaksanakan

kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Penanganan para *Account Representative* (AR) sebagai Seksi Pengolahan Data dan Informasi (PDI) kepada Wajib Pajak pelaku usaha *online* berpotensi dalam meningkatkan penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka simpulan dalam penelitian ini adalah: dampak *e-commerce* atas penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan dinilai baik karena penerimaan pajak mengalami peningkatan setiap tahun. Hal ini disebabkan karena adanya kepatuhan dan kesadaran wajib pajak (WP) sebagai pelaku transaksi *e-commerce* untuk membayar pajaknya setiap tahun, ini dapat terjadi karena pembayaran pajak melalui sistem *e-commerce* dapat dilakukan dengan mudah, cepat, menghemat waktu dan biaya serta dapat dilakukan setiap waktu, sehingga potensi penerimaan pajak dapat dipungut secara optimal dengan menjunjung asas keadilan sosial dan memberikan pelayanan prima kepada Wajib Pajak (WP), hal ini menciptakan transparansi yang dapat meminimalisasi segala kecurangan, kebocoran dan penyimpangan (KKN) dalam penerimaan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan.

Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan hendaknya

mengadakan komunikasi yang lebih baik dengan Wajib Pajak sebagai pelaku usaha *online* mengenai proses transaksi *e-commerce* dibidang perpajakan agar penerimaan pajak bisa lebih ditingkakan lagi sesuai dengan target yang sudah ditetapkan, sehingga pengenaan pajak untuk transaksi *e-commerce* bisa terealisasi secara maksimal.

2. Dibutuhkan regulasi yang tepat guna dari pihak Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan dan pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*.
3. Perlunya penanganan dan pengawasan dari pihak Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan dan pihak Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terhadap transaksi *e-commerce* melalui pembangunan sistem keamanan bagi para pelaku usaha *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananggadipa Septian dan Endang Kiswara. 2011. *Penggunaan Aplikasi Pajak : Integrasi Theory Of Planned Behavior Dan Technology Acceptance Model*. Jurnal Ilmiah. Universitas Diponegoro
- Aprilia Anita, Endang Siti Astuti dan Nila Firdausi Nuzula, 2014. **Penanganan dan Pengawasan Perpajakan Dalam Rangka Intensifikasi Di Bidang E-Commerce**. Jurnal Ilmiah. Program Studi Perpajakan, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Arianto Nur, 2014. **Ekstensifikasi Pajak dari Transaksi Perdagangan Online**. Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan
- Darussalam. Septriadi, 2007, **Kapita Selekt Perajakan**, Penerbit: Salemba Empat. Jakarta.

- Febriyanti Ima. 2013. **Pengaruh Kewajiban Kepemilikan NPWP, Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak (Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama di Wilayah Jakarta Selatan)**. Fakultas Ekonis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta
- Gisijanto Syahab. 2008. **Penagihan Pajak dengan Surat Paksa terhadap Penerimaan Pajak**”, Jurnal Ekonomi Akuntansi Pajak.
- Gunadi, 2011. **Perubahan Pajak Penghasilan 2000 dan Beberapa Ketentuan Pelaksananya**. Berita Pajak, No. 1438/XXXIII/1. Hal. 23-25
- Harinurdin, Erwin. 2009. **Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Badan**. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol. 16 No 2:96.
- Karmawan, I.G.M dkk. 2010. **Analisis Dan Perancangan E-Commerce PD. Garuda Jaya**. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI 2010)
- Mardiasmo. 2009. **Perpajakan**, Edisi Revisi, Andi, Yogyakarta
- Maulana Moh. Irfan. 2012. **Peranan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kepatuhan (Studi Kasus di PT. Jasa Marga)**. Artikel Ilmiah. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
- Noviandini Nurul Citra. 2012. **Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filing Bagi Wajib Pajak Di Yogyakarta**. Jurnal Nominal. Volume 1. Nomor 1.
- Prawoto, Agus. 2010. **Pengantar Keuangan Publik**. Yogyakarta: BPFE.
- Resmi, Siti.2009. **Perpajakan Teori dan Kasus**. Jakarta: Salemba Empat.
- Salim Emil, Dwi Fitri Puspa dan Yeasy Damayanti. 2013. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fasilitas Efilling Oleh Wajib Pajak Sebagai Sarana Penyampaian SPT Masa Secara Online Dan Realtime**. Jurnal Ilmiah. Fekon, Universitas Bung Hatta. Sumatra Barat
- Soemitro, Rochmat, 2009. **Asas dan Dasar Perpajakan**, PT. Eresco, Bandung.
- Sripeni Rusbiyanti. 2011. **Pengaruh Penerapan E-SPT (Masa PPN) Terhadap Efisiensi Pengisian SPT (Masa PPN) Menurut Persepsi Wajib Pajak Badan**. Jurnal Ilmiah Sosial Volume 12 Nomor 2. Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun
- Ustadiyanto, R. 2011, **Framework E-Commerce**, Yogyakarta: ANDI.
- Wahyuni Nur Indah. 2012. **Dampak E-Commerce Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pada KPP Pratama Kota Bandung**. Artikel Ilmiah.
- Waluyo Wiryawan, 2009. **Perpajakan Indonesia**, Edisi Revisi Pertama, Jakarta : Salemba Empat.
- Wirdasari Dian, 2009, **Jurnal Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis**.

*) Penulis adalah Dosen Dosen DPK STIE Wira Bhakti Makassar

