

## **POTENSI PAJAK DALAM EKONOMI DIGITAL DAN REKOMENDASI KEBIJAKANNYA**

**Nafis Dwi Kartiko<sup>1</sup>, Agustin Widjiastuti<sup>2</sup>**

Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pelita Harapan<sup>1,2</sup>

Email : nafisdwikartiko@gmail.com<sup>1</sup>, agustin.widjiastuti@uph.edu<sup>2</sup>.

### **Abstrak**

Ekonomi digital digolongkan dalam sektor yang sulit dipajaki. Indonesia sendiri telah menerbitkan peraturan perundang-undangan sebagai respons atas pemajakan ekonomi digital, tetapi menurut peneliti peraturan tersebut belum cukup untuk memperluas basis pemajakan atas ekonomi digital. Dalam penelitian ini hal yang menjadi tujuan peneliti adalah mengetahui cakupan dalam ekonomi digital untuk keperluan basis pemajakan, melakukan komparasi perlakuan perpajakan atas ekonomi digital, serta memberikan alternatif kebijakan perpajakan yang dapat ditempuh dalam merespons ekonomi digital. Berdasarkan hasil penelitian, ruang lingkup ekonomi digital yang paling tepat untuk dijadikan acuan adalah model menurut OECD, Barefoot et al., dan digitalised economy menurut Bukht & Heeks. Hasil komparasi dengan negara lain menunjukkan sebagian negara membuat aturan khusus terkait pajak ekonomi digital dengan memberlakukan Digital Service Tax (DST). Alternatif kebijakan yang dapat diterapkan Indonesia untuk ekonomi digital antara lain: memperkuat sinergi antar otoritas terkait, melakukan pendalaman terhadap entitas yang diduga melakukan transaksi mencurigakan, mengenakan pajak langsung dan pajak tidak langsung terhadap ekonomi digital, dan memperluas dan mempertegas aturan pajak yang sudah ada untuk aspek ekonomi digital, daripada memberlakukan jenis pajak baru.

**Kata kunci:** ekonomi digital; pajak; kebijakan.

### **Abstract:**

*The digital economy can classify as a sector that is difficult to tax. Indonesia itself has issued laws and regulations in response to the taxation of the digital economy. Still, according to researchers, these regulations are not enough to expand the tax base of the digital economy. In this study, the researcher's goals are to find out the scope of the digital economy for the purposes of the taxation base, to compare the tax treatment of the digital economy, and to provide alternative tax policies that can be taken in response to the digital economy. Based on the research results, the most appropriate scope for the digital economy to be used as a reference is the model according to the OECD, [Barefoot et al.](#), and the digitalized economy according to Bukht & Heeks. The results of a comparison with other countries show that some countries make special rules regarding digital economy taxes by imposing a Digital Service Tax (DST). Alternative policies that can be applied by Indonesia for the digital economy include: strengthening synergies between relevant authorities, deepening of entities suspected of conducting suspicious transactions, imposing*

*direct and indirect taxes on the digital economy, and expanding and reinforcing existing tax regulations for aspects of the digital economy. the digital economy, rather than imposing new types of taxes.*

**Keyword:** *digital economy; tax; policy*

## **Pendahuluan**

Selama dua dekade terakhir ekonomi digital telah berkembang secara eksponensial sebagai hasil dari kemajuan teknologi yang signifikan dan ketersediaan konektivitas internet secara global (Sukardi & Jiaqian, 2020). Indonesia sendiri dinilai memiliki potensi besar karena tingkat penetrasi pengguna internetnya terus meningkat (Sayekti, 2020). APJII (2020) dalam Survei Penetrasi Internet Indonesia 2018 menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah bertambah sebanyak 10,12 persen pada tahun 2018 jika dibandingkan tahun sebelumnya. Secara total, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 171,17 juta pengguna dari populasi penduduk 264,16 juta jiwa. Pemerintah Indonesia menargetkan Indonesia menjadi kekuatan ekonomi digital yang terbesar di ASEAN pada tahun 2020 dengan proyeksi nilai transaksi *e-commerce* mencapai 130 juta USD (Sayekti, 2020).

Choi & Whinston (2000) menyebutkan bahwa ekonomi digital adalah ekonomi yang bercirikan teknologi. Hal ini menurut Choi & Whinston akan berimplikasi pada terjadinya efisiensi ekonomi dan peningkatan kesejahteraan akibat adanya penggunaan teknologi dan sistem yang komputerisasi. Ekonomi digital dapat membuat semua transaksi dilakukan dengan mudah, karena antara penjual dan pembeli tidak memerlukan tatap muka secara langsung (Kleist, 2004; Pavlou, 2002). Pihak penjual dapat menggunakan jasa kurir untuk menyerahkan barang kepada konsumen. Wadah yang digunakan untuk berkomunikasi antara penjual dan pembeli pun dapat menggunakan *social media* yang lebih praktis (Suwardi, Budiandri, Cinthya, & Ghifri, 2020).

Kemudahan pada ekonomi digital dengan memanfaatkan teknologi membawa dampak yang luar biasa pada pertumbuhan ekonomi ini. Kemudahan ini mengakibatkan terjadinya pergeseran pada pola konsumsi masyarakat. Berawal dari pola belanja di toko ritel konvensional menjadi toko ritel online melalui *e-commerce* atau *marketplace*. *E-commerce* mempunyai potensi yang besar untuk memberi dampak perkembangan ekonomi. Melalui publikasinya INDEF (*Institute for Development of Economic and Finance*) pada tahun 2018 menghitung total investasi *e-commerce* di Indonesia yang mencapai 4,8 miliar dolar dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 0,712% atau kurang lebih Rp93 triliun (Yuliani, 2020).

Di samping kemudahan serta kontribusinya terhadap perekonomian, terdapat permasalahan serius pada sektor pajak akibat adanya ekonomi digital. Pemerintah menyebutkan bahwa ekonomi digital diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang mempersulit tercapainya target penerimaan pajak. Pemerintah pada DDTC (2020) menyebutkan bahwa perkembangan ekonomi digital, baik secara nasional maupun global, menjadi sumber risiko bagi pendapatan negara. Ekonomi digital dalam sudut pandang

perpajakan dapat digolongkan *shadow economy* atau sektor yang sulit dipajaki (*hard-to-tax sectors*).

Otoritas pajak Indonesia sendiri telah mengeluarkan beberapa instrumen untuk menyikapi ekonomi digital. Salah satunya adalah 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 (PMK 48/PMK.03/2020), atau lebih dikenal sebagai PPN PMSE. Aturan ini diterbitkan dalam rangka untuk menciptakan kesetaraan perlakuan perpajakan (*level playing field*) baik antara pelaku usaha secara konvensional dan pelaku usaha ekonomi digital maupun antara pelaku usaha ekonomi digital di dalam & di luar negeri. Beleid ini juga memberikan kepastian hukum dalam melakukan pemungutan PPN atas pemanfaatan BKP Tidak Berwujud dan/atau JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), serta optimalisasi penerimaan pajak.

Meskipun pihak otoritas pajak di Indonesia telah menerbitkan PMK 48/PMK.03/2020, menurut peneliti peraturan tersebut masih belum cukup untuk memperluas basis pemajakan atas ekonomi digital. Aturan tersebut menurut peneliti hanya mempertegas dalam ruang lingkup Pajak Pertambahan Nilai, belum terdapat ketentuan spesifik untuk jenis pajak lain dalam hal pemajakan ekonomi digital. Diperlukan *policy* yang lebih tegas dan spesifik untuk keperluan basis pemajakan ekonomi digital. Sehingga hal tersebutlah yang akan menjadi *research gap* dalam penelitian ini yaitu untuk memberikan alternatif kebijakan perpajakan yang dapat ditempuh berdasarkan kerangka pemikiran yang nantinya akan diuraikan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini dibuat antara lain (i) mengetahui cakupan dalam ekonomi digital untuk keperluan basis pemajakan, (ii) melakukan komparasi perlakuan perpajakan atas ekonomi digital berdasarkan konsesus global atau aturan di beberapa negara, serta (iii) memberikan alternatif kebijakan perpajakan yang dapat ditempuh dalam merespons ekonomi digital.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan bersifat diskriptif analisis artinya pembahasan diarahkan pada penggambaran kondisi atas objek yang diteliti yang berkaitan dengan kebijakan pajak pada era ekonomi digital. Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian merujuk pada pendapat ([Creswell 2015](#)) yang meliputi serangkaian proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial, berdasarkan menciptakan gambaran holistik secara lengkap. Metode kualitatif digunakan untuk menyelidiki proses sosial, makna, dan konteks yang sedang berlangsung ([Holly et al., 2014](#)). Peneliti yang menggunakan metode kualitatif bertujuan untuk mencari dan mengarahkan pada pemahaman yang lebih besar. Metode deskriptif kualitatif bertujuan

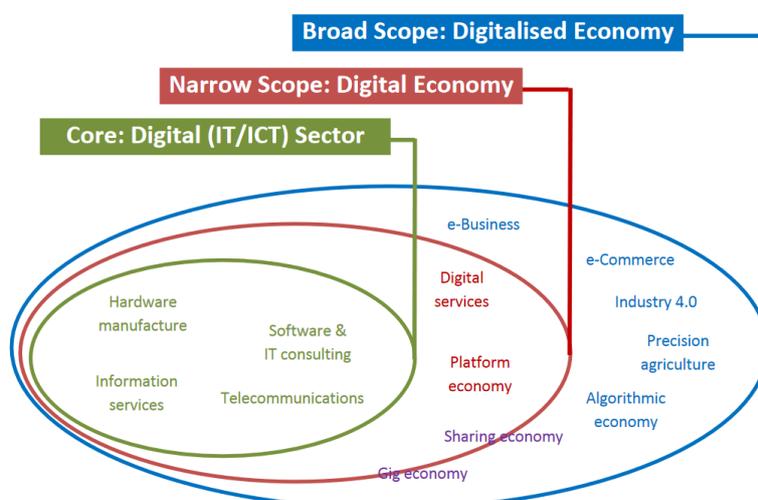
untuk membuat ringkasan komprehensif atas peristiwa yang terjadi. Pendekatan penelitian kualitatif digunakan untuk mengakomodasi pertanyaan yang tidak dapat dijawab oleh penelitian kuantitatif ([Burdine, Thorne, & Sandhu, 2021](#)).

Pengumpulan data dalam studi deskriptif kualitatif biasanya diarahkan untuk menemukan siapa, apa, dan di mana peristiwa atau pengalaman atau sifat dan bentuknya yang penting ([Merriam, 2002](#); [Sandelowski, 2000](#)). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang sumber dari berbagai publikasi yang ada dengan teknik studi kepustakaan. Studi literatur dilakukan dengan membaca beberapa buku, jurnal, makalah ilmiah, dan sebagainya untuk mendapatkan kerangka teoritis yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti juga mengkaji ketentuan perpajakan terkait objek penelitian untuk memahami konteks masalah secara mendalam ([Pandey & Pandey, 2021](#)). Analisis dilakukan dengan membandingkan antar pendapat dan praktik di berbagai negara berdasarkan literatur yang ada untuk mendapatkan pemahaman dan rekomendasi kebijakan yang diinginkan.

## Hasil dan Pembahasan

Pertanyaan mendasar untuk menentukan kebijakan perpajakan selanjutnya adalah tentang ruang lingkup ekonomi digital. Hal ini bukan tanpa alasan, ([Barefoot et al. 2018](#)) menyatakan bahwa tantangan mendasar untuk mengukur ekonomi digital adalah kurangnya definisi yang tepat dan universal yang menjelaskan kegiatan mana yang harus dimasukkan saat mengukur ekonomi digital. Salah satu penelitian terdahulu yang membahas terkait ruang lingkup ekonomi digital adalah penelitian yang dilakukan oleh ([Bukht & Heeks 2017](#)). Dalam penelitian ini, Bukht & Heeks membedakan sektor digital (*digital (IT/ICT) sector*), ekonomi digital (*digital economy*), dan ekonomi terdigitalisasi (*digitalised economy*). Ekonomi digital sendiri oleh Bukht & Heeks didefinisikan sebagai “*that part of economic output derived solely or primarily from digital technologies with a business model based on digital goods or services*”. Gambaran terkait ruang lingkup ekonomi digital menurut ([Bukht & Heeks 2017](#)) disajikan pada gambar di bawah ini.

**Gambar 1.** Ruang Lingkup Ekonomi Digital



Sumber: ([Bukht & Heeks, 2017](#))

Definisi lain dikemukakan oleh (Wibowo 2018) yang menyatakan bahwa ekonomi digital merupakan sektor perekonomian meliputi barang dan jasa yang pengembangan, produksi, penjualan atau suplainya tergantung kepada teknologi digital. (Wibowo 2018) menjelaskan bahwa ekonomi digital merupakan ekonomi yang berdasarkan skema perdagangan barang elektronik dan jasa yang dihasilkan oleh bisnis digital melalui perdagangan digital.

(Barefoot et al. 2018) dengan menggunakan literatur dari Organisation for Economic Cooperation and Development tau OECD (2018) memberikan ruang lingkup ekonomi digital di Amerika Serikat antara lain sebagai berikut: (i) infrastruktur pendukung digital yang diperlukan agar jaringan komputer ada dan beroperasi (*digital-enabling infrastructure*), (ii) transaksi digital yang terjadi menggunakan sistem tersebut (*e-commerce*), dan (iii) konten yang dibuat dan diakses oleh pengguna ekonomi digital (*digital media*). Berikut adalah ruang lingkup ekonomi digital lebih lanjut yang dijelaskan oleh (Barefoot et al. 2018).

### ***Digital-Enabling Infrastructure***

- a. Perangkat keras komputer (*Computer hardware*): Elemen fisik yang diproduksi menjadi sistem komputer meliputi, namun tidak terbatas pada, monitor, *hard drive*, semikonduktor, produk komunikasi nirkabel, dan produk peralatan audio dan visual.
- b. Perangkat lunak (*Software*): Program dan informasi operasi lainnya digunakan oleh komputer pribadi dan server komersial, termasuk perangkat lunak komersial dan perangkat lunak yang dikembangkan di rumah oleh perusahaan untuk penggunaannya.
- c. Peralatan dan layanan telekomunikasi (*Telecommunications equipment and services*): Peralatan dan layanan yang diperlukan untuk transmisi informasi digital dari kejauhan melalui kabel, telegraf, telepon, penyiaran, atau satelit.
- d. Struktur (*Structures*): Termasuk didalamnya membangun bangunan di mana produsen ekonomi digital menciptakan barang ekonomi digital atau menyediakan layanan ekonomi digital. Kategori struktur juga mencakup bangunan yang menyediakan layanan dukungan untuk produk digital. Ini terdiri dari pembangunan pusat data, pabrik fabrikasi semikonduktor, instalasi kabel serat optik, sakelar, repeater, dll.
- e. *Internet of Things* (IoT): Perangkat yang mendukung Internet seperti peralatan, mesin, dan mobil dengan perangkat keras tertanam memungkinkan mereka untuk berkomunikasi satu sama lain dan terhubung ke Internet.

### ***E-Commerce***

- a. *E-commerce business-to-business* (B2B): Jenis *e-commerce* ini menggunakan Internet atau sarana elektronik lainnya untuk melakukan transaksi barang dan jasa dari bisnis ke bisnis lain. Produsen, grosir, dan industri lainnya terlibat dalam *e-commerce* inter dan intra perusahaan untuk memproduksi barang dan jasa untuk konsumsi akhir.
- b. *E-commerce business-to-consumer* (B2C): *E-commerce* yang memanfaatkan Internet atau cara elektronik lainnya untuk menjual barang dan jasa oleh bisnis kepada konsumen, atau *e-commerce* ritel.

- c. *Peer-to-peer (P2P) e-commerce: Sharing economy*, juga dikenal sebagai *e-commerce platform-enabled*, melibatkan pertukaran barang dan jasa antara konsumen yang difasilitasi melalui aplikasi digital. Termasuk didalamnya (tetapi tidak terbatas pada) pengiriman naik, penyewaan akomodasi, layanan pengiriman dan kurir, lansekap, persiapan makanan, penyewaan barang konsumsi, layanan binatu, dan layanan kebersihan.

### **Digital Media**

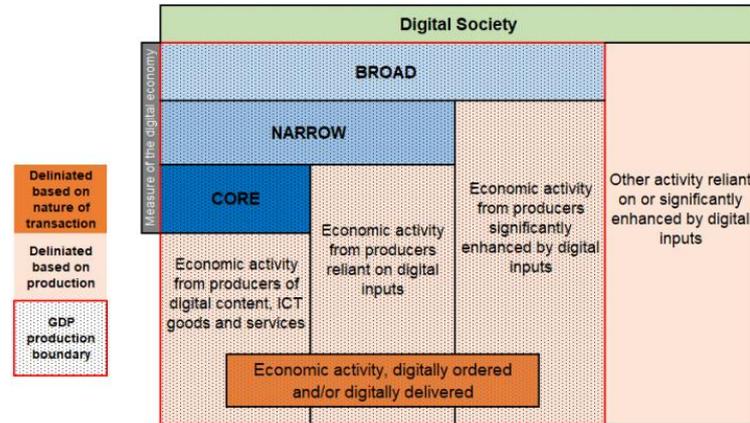
1. Media digital penjualan langsung (*Direct sale digital media*): Bisnis dapat menjual produk digital langsung ke konsumen dengan imbalan biaya, baik berdasarkan item-demi-item atau melalui layanan berlangganan.
2. Media digital gratis (*free digital media*): Beberapa perusahaan menawarkan media digital kepada konsumen tanpa biaya, seperti YouTube atau Facebook. Biasanya, bisnis yang menyediakan layanan ini mendapatkan pendapatan dengan menjual ruang iklan di margin produk digital, seperti model yang diikuti oleh banyak media cetak atau outlet televisi siaran. Selain itu, beberapa konsumen membuat konten online asli untuk konsumsi teman sebaya, yang dikenal sebagai media digital P2P.
3. *Big data*: Beberapa perusahaan menghasilkan kumpulan *big data* sebagai bagian dari operasi sehari-hari mereka. Hal ini juga dapat mencakup media digital sebagai mekanisme untuk mengumpulkan informasi tentang perilaku atau preferensi konsumen. Perusahaan-perusahaan ini dapat memperoleh pendapatan dengan menjual informasi ini, kadang-kadang disebut *big data* atau memanfaatkannya dengan cara lain.

Kajian terbaru oleh OECD pada tahun 2019 menghasilkan empat tingkatan definisi dari ekonomi digital yang dapat dilihat pada Gambar 2. Berikut adalah berbagai tingkatan pada ekonomi digital sebagaimana pendapat OECD (2019):

1. Ukuran inti ekonomi digital hanya mencakup kegiatan ekonomi dari produsen barang TIK dan ICT dan layanan informasi.
2. Ukuran sempit mencakup sektor inti dan kegiatan ekonomi yang berasal dari perusahaan yang bergantung pada input digital.
3. Ukuran Luas mencakup dua langkah pertama dan kegiatan ekonomi dari perusahaan yang secara signifikan ditingkatkan dengan penggunaan input.
4. Masyarakat digital meluas lebih jauh dari Ekonomi Digital. Ini menggabungkan interaksi dan kegiatan digital yang tidak termasuk dalam batas produksi PDB, seperti platform digital gratis (termasuk media digital publik). Meskipun tidak dianggap sebagai bagian dari ekonomi digital, kegiatan ini sangat penting untuk kebijakan digital yang efektif oleh pemerintah.
5. Ukuran tambahan kegiatan ekonomi, yang dipesan secara digital dan disampaikan secara digital, dapat dianggap sebagai perspektif alternatif ekonomi digital. Hal ini digambarkan berdasarkan sifat transaksi daripada dibagi berdasarkan output

perusahaan atau metode produksi. Ukuran ini berfokus pada pemesanan atau pengiriman, terlepas dari produk akhir atau bagaimana diproduksi.

**Gambar 2:** Tingkatan Definisi Ekonomi Digital



Sumber: (OECD, 2019)

Menurut peneliti sendiri, definisi ekonomi digital dalam bahasa Indonesia lebih tepat menyitir pendapat dari (Barefoot et al. 2018) dan (OECD 2019). Definisi ekonomi digital berdasarkan pendapat (Bukht & Heeks 2017) menurut peneliti lebih tepat pada ruang lingkup *digitalised economy*, sehingga hal ini dapat selaras dengan pendapat OECD (2019) dan (Barefoot et al. 2018). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan ekonomi digital adalah definisi seluas-luasnya sebagaimana definisi OECD (2019), (Barefoot et al. 2018), dan *digitalised economy* menurut (Bukht & Heeks 2017).

## 1. Fungsi Pajak

Umumnya ada dua fungsi pajak: fungsi *budgetair* (fungsi anggaran) dan fungsi *regulerend* (fungsi pengaturan). Menurut (Zulvina 2011), terdapat fungsi perpajakan lainnya, yaitu fungsi demokrasi dan redistribusi. Berikut ini adalah elaborasi lebih lanjut fungsi pajak menurut (Zulvina (2011)).

- Fungsi *regulerend* adalah fungsi pajak sebagai alat yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu di luar sektor keuangan.
- Fungsi anggaran terletak di sektor publik, yaitu pengumpulan pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran negara.
- Fungsi demokratis pajak merupakan fungsi yang terkait sistem gotong-royong dalam kegiatan pemerintahan dan pembangunan untuk kepentingan umat manusia.
- Fungsi redistribusi adalah fungsi yang menekankan pada unsur keadilan dan keadilan dalam masyarakat.

Kaitannya dengan pemajakan pada ekonomi digital keempat fungsi pajak ini memainkan peran yang penting. Pemikiran berangkat dari fungsi *regulerend* dimana diperlukan suatu aturan yang mengatur tentang ekonomi digital. Selanjutnya setelah aturan telah diundangkan maka fungsi *budgeter* mengambil alih untuk menarik pajak atas seluruh tambahan ekonomis pada aktivitas tersebut. Pajak yang telah dipungut secara gotong-royong digunakan untuk pemerataan dalam masyarakat, dalam hal ini fungsi

demokrasi dan redistribusi yang berperan. Aturan pajak harus berangkat dari keempat fungsi tersebut dan harus memberikan perlakuan yang sama terhadap ekonomi digital. Pajak harus berlaku adil terhadap seluruh pelaku ekonomi baik dalam ekonomi digital maupun konvensional.

## 2. Prinsip Perpajakan Ekonomi Digital

OECD (2014) memberikan pandangannya terkait prinsip kebijakan pajak dalam merespons ekonomi digital. Prinsip-prinsip tersebut antara lain netralitas (*neutrality*), efisiensi (*efficiency*), kepastian dan kesederhanaan (*certainty and simplicity*), efektivitas dan keadilan (*effectiveness and fairness*), dan fleksibilitas (*flexibility*). Selain prinsip yang telah disebutkan sebelumnya, OECD juga menyatakan bahwa keadilan (*equity*) harus menjadi pertimbangan penting dalam merumuskan kebijakan pajak. Prinsip-prinsip berdasarkan OECD tersebut lebih lanjut diuraikan sebagai berikut.

### a. Netralitas

Pajak harus berusaha untuk netral dan adil terhadap segala macam bentuk kegiatan bisnis. Dalam pengertian ini, netralitas juga berarti bahwa sistem perpajakan harus dapat meningkatkan pendapatan negara dengan meminimalisir terjadinya diskriminasi yang pada jenis ekonomi tertentu.

### b. Efisiensi

Biaya kepatuhan pajak dalam biaya bisnis dan administrasi (*business and administration costs*) untuk pemerintah harus dapat diminimalkan sekecil mungkin.

### c. Kepastian dan Kesederhanaan

Aturan perpajakan harus jelas dan sederhana untuk dipahami, sehingga Wajib Pajak dapat memahami posisi mereka. Sistem perpajakan yang sederhana memudahkan individu dan entitas bisnis untuk memahami kewajiban dan hak mereka. Implikasinya, entitas bisnis dapat membuat keputusan yang optimal dan mampu memilih pilihan kebijakan yang diinginkan. Sebaliknya apabila aturan pajak dibuat dengan sangat kompleks, maka akan terjadi perencanaan pajak yang agresif (*aggressive tax planning*), yang dapat memicu kerugian pada perekonomian.

### d. Efektivitas dan Keadilan

Sistem perpajakan harus menghasilkan jumlah pajak yang tepat pada waktu yang tepat. Selain itu, potensi penghindaran pajak harus dapat diminimalisir oleh otoritas terkait. Technical Advisory Groups (TAGs) dalam OECD (2014) menyebutkan bahwa “there is a class of taxpayers that are technically subject to a tax, but are never required to pay the tax due to inability to enforce it”. Hal yang demikian dianggap oleh sebagian Wajib Pajak sebagai perlakuan yang tidak adil dan tidak efektif (*unfair and ineffective*).

### e. Fleksibilitas

Sistem perpajakan harus dinamis dengan memastikan Wajib Pajak dapat mengikuti perkembangan teknologi dan komersial. Sistem perpajakan harus cukup dinamis dan fleksibel untuk memenuhi kebutuhan pendapatan pemerintah saat ini, sambil terus

beradaptasi dengan perubahan yang ada. Pemerintah harus merespons sesuai kebutuhan mereka untuk mengimbangi perkembangan teknologi dan komersial.

Keadilan (*equity*) juga merupakan pertimbangan penting dalam merumuskan kerangka kebijakan perpajakan. Keadilan memiliki dua elemen utama yaitu keadilan horizontal dan keadilan vertikal. Keadilan horizontal menunjukkan bahwa Wajib Pajak dalam keadaan yang sama harus menanggung beban pajak yang serupa. Keadilan vertikal adalah konsep normatif, yang definisinya dapat berbeda dari satu pengguna ke pengguna lainnya.

### 3. *Base Erosion And Profit Shifting*

*Base Erosion and Profit Shifting* (BEPS) merupakan strategi perencanaan pajak (*tax planning*) yang didalamnya memanfaatkan celah dan kelemahan peraturan perpajakan domestik untuk meminimalisir dan memperkecil keuntungan atau dengan mengalihkan keuntungan tersebut ke negara lain yang memiliki tarif pajak lebih rendah atau bebas pajak. Tujuan akhir BEPS tidak lain agar perusahaan tidak membayar pajak atau pajak yang dibayar nilainya sangat kecil terhadap pendapatan perusahaan secara keseluruhan (OECD, 2013 dalam [Rakhmindyarto](#), 2014). Isu BEPS sangat erat kaitannya dengan ekonomi digital seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi. ([Darussalam & Tobing](#), 2014) menyebutkan bahwa perusahaan yang melakukan penghindaran pajak adalah perusahaan yang mengoperasikan kegiatan bisnis di bidang teknologi informasi dan komunikasi, yang mana perusahaan ini memegang peranan penting dalam ekonomi digital. BEPS memanfaatkan *gap* dan perbedaan peraturan perundang-undangan perpajakan antar negara agar penghasilan yang diperoleh suatu entitas tidak dikenakan pajak.

Negara yang tergabung dalam G20 telah mendeklarasikan aksi bersama dengan OECD yang didalamnya memuat 15 Rencana Aksi atas isu BEPS. Lima belas Rencana Aksi ini secara prinsip didasarkan pada tiga hal yaitu koherensi, substansi, dan transparansi. serta diharapkan dapat mentransformasi standar perpajakan internasional ([Darussalam & Tobing](#), 2014). Dalam [Boccia & Leonardi](#) (2016), rencana aksi OECD yang membahas terkait ekonomi digital terdapat pada Rencana Aksi 1, yaitu “*Address the tax challenges of the Digital Economy*”. Rencana aksi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kesulitan yang ditimbulkan akibat adanya ekonomi digital untuk keperluan perpajakan internasional, serta mengembangkan opsi untuk mengatasi masalah ini. Pendekatan yang diambil oleh OECD berpijak pada pendekatan yang holistik dengan mempertimbangkan aspek pajak langsung dan pajak tidak langsung.

Meskipun telah ada rencana aksi dari OECD, tidak membuat masalah BEPS pada ekonomi digital dapat terselesaikan. Menurut [Rakhmindyarto](#) (2014) dalam pelaksanaan rencana aksi BEPS membutuhkan kerangka kerja yang didasarkan pada konsensus global. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa rencana aksi tersebut dapat berjalan secara efektif dan efisien, dengan mempertimbangkan sudut pandang negara-negara berkembang, bisnis, serta masyarakat internasional. Hal demikian bukan tanpa alasan,

secara prinsip BEPS melibatkan persinggungan peraturan perpajakan di yurisdiksi negara-negara yang berbeda. Sehingga Indonesia pun tidak dapat menyelesaikan masalah tersebut sendiri, diperlukan keterlibatan dan kerjasama seluruh *stakeholder* global.

#### 4. Perlakuan Perpajakan Atas Ekonomi Digital

Saat ini Indonesia telah mempunyai payung hukum dalam melakukan pemajakan atas ekonomi digital. Payung hukum tersebut tertuang dalam 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 (PMK 48/PMK.03/2020) atau lebih dikenal sebagai PMSE. PMK 48/PMK.03/2020 ini merupakan pengejawantahan ketentuan Pasal 6 ayat (13) huruf a Perppu Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman Yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan (telah diundangkan menjadi Undang-Undang Nomor 2 tahun 2020). Subjek yang ditunjuk sebagai pemungut PPN PMSE adalah pelaku usaha PMSE yang terdiri dari Pedagang Luar Negeri, Penyedia Jasa Luar Negeri, Penyelenggara PMSE (PPMSE) Luar Negeri, dan/atau PPMSE Dalam Negeri. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dikenakan atas pemanfaatan BKP Tidak Berwujud dan/ atau JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean melalui PMSE. Sejak 1 Oktober 2020 terdapat 12 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai pemungut pajak pertambahan nilai (PPN) atas barang dan jasa digital yang dijual kepada pelanggan di Indonesia.

Peraturan yang diterbitkan oleh pemerintah dalam hal ini otoritas pajak sebatas pada pemanfaatan BKP Tidak Berwujud dan/ atau JKP dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean. Pertanyaannya selanjutnya bagaimana dengan ekonomi digital dalam negeri, misalnya *e-commerce*? Sebetulnya pemerintah sendiri pernah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce), namun peraturan tersebut dicabut dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Keuangan Nomor 31/PMK.010/2019. Alasan pencabutan tersebut disebabkan karena masyarakat dan pelaku usaha kerap menyalahartikan karena mengira pemerintah mengenakan pajak baru bagi pelaku dalam *e-commerce*, padahal sebenarnya tidak terdapat pengenaan pajak yang baru (Fitriandi, 2020). Penelitian yang dilakukan [Terada-Hagiwara et al.](#) (2019) terhadap komparasi regulasi pajak tidak langsung di Asia Tenggara pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa tidak terdapat aturan yang mengkhususkan perlakuan Pajak Pertambahan Nilai pada *e-commerce*. Menurut peneliti *gap* inilah yang harus ditindaklanjuti dan ditutup oleh pemerintah untuk dapat memberikan kepastian hukum bagi pengusaha. Pemerintah memerlukan aturan yang lebih tegas untuk pemajakan ekonomi digital.

**Tabel. 1** Tarif Pajak *E-Commerce* dan Peraturan pada Ekonomi Asia Tenggara

Negara	Jenis Pajak Tidak Langsung	Tarif	Regulasi
Indonesia	VAT	10%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada tahun 2017, pemerintah menyatakan niatnya untuk menambahkan PPN 10% ke harga barang yang dibeli secara online.</li> <li>• Pajak e-commerce, ketika diterapkan, akan mencakup empat jenis platform: pasar online, iklan baris, transaksi harian, dan ritel online.</li> <li>• Asosiasi E-Commerce Indonesia sedang mempertimbangkan PPN 0,5% untuk setiap penjual pasar. Namun, tidak ada yang dilaksanakan.</li> </ul>
Malaysia	SST	6%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SST menggantikan GST 6% pada September 2018.</li> <li>• Perpanjangan SST ke pemasok digital B2B dan B2C dengan tanggal pengenalan 1 Januari 2019 (untuk pemasok B2B tertentu) dan 1 Januari 2020 (untuk pemasok B2C tertentu).</li> <li>• Malaysia untuk memperkenalkan pajak digital yang akan diterapkan pada pemain lokal dan internasional, untuk implementasi pada 1 Januari 2020.</li> </ul>
Filipina	VAT	12%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filipina adalah satu-satunya pasar di kawasan ini dengan pajak e-commerce yang diterapkan pada pemain lokal.</li> <li>• Sejak 2016, PPN 12% dikenakan pada nilai total transaksi online lebih dari \$ 37.310.</li> <li>• PPN 3% dikenakan pada transaksi online yang lebih rendah dari ambang batas.</li> </ul>
Singapura	GST	7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saat ini, setiap pembelian online di bawah 400 dolar Singapura (S \$) (US \$ 290,17) dibebaskan dari GST.</li> <li>• Mulai 1 Januari 2020, konsumen akan membayar GST saat membeli layanan online dari luar negeri.</li> </ul>
Thailand	VAT	7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kabinet menyetujui proposal untuk mengumpulkan PPN 7% dari platform e-commerce asing dengan pendapatan tahunan melebihi THB1,8 juta (\$ 56.000).</li> <li>• Perusahaan dengan kehadiran di luar negeri dan mendapatkan penghasilan dari iklan dan / atau penyewaan ruang situs web dari Thailand dikenakan pajak pemotongan 15%.</li> <li>• Saat ini, vendor di luar Thailand bertanggung jawab atas PPN 7% hanya jika nilai melebihi THB1.500 (\$ 45,76).</li> </ul>
Vietnam	VAT	10%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perusahaan e-commerce asing harus memiliki kantor perwakilan lokal yang terdaftar di Vietnam dan membayar PPN sebesar 10%.</li> <li>• Individu tanpa perusahaan e-commerce yang mapan di Vietnam dikenakan pajak jika mereka memiliki pendapatan penjualan tahunan lebih dari \$ 4.300.</li> </ul>

Keterangan: *B2B* = *business-to-business*, *B2C* = *business-to-customer*, *GST* = *goods and service tax*, *SST* = *sales and service tax*, *THB* = *Thai baht*, *VAT* = *value-added tax*.

Sumber: ([Terada-Hagiwara et al., 2019](#))

Seharusnya pemerintah dapat mengakomodir pengenaan pajak untuk ekonomi digital dalam peraturan tersendiri. Peneliti mencoba membandingkan dengan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 231/PMK.03/2019 tentang Tata Cara Pendaftaran Dan Penghapusan Nomor Pokok Wajib Pajak, Penguatan Dan Pencabutan

Penguatan Pengusaha Kena Pajak, Serta Pemotongan Dan/Atau Pemungutan, Penyetoran, Dan Pelaporan Pajak Bagi Instansi Pemerintah, dalam Peraturan Menteri Keuangan pemerintah dapat merinci dan “menghususkan” perlakuan perpajakan bagi Instansi Pemerintah. Dengan semangat yang sama seharusnya pemerintah juga dapat membuat peraturan yang lebih rinci dan khusus untuk ekonomi digital.

### 5. Komparasi Pengenaan Pajak Ekonomi Digital

Berbagai negara di beladan dunia memikirkan bagaimana mengenakan pajak atas ekonomi digital. Tabel 2 menguraikan kebijakan pengenaan pajak atas ekonomi digital beberapa negara yang peneliti pilih untuk dibandingkan. Terdapat negara yang memilih mengenakan jenis pajak baru yaitu *Digital Service Tax* (DST). [Lowry](#) (2019) menyatakan bahwa jenis pajak ini lebih memajaki penghasilan berdasarkan omset, bukan pada laba atau keuntungan perusahaan. Sehingga perusahaan yang dikatakan sebagai *taxable person* dikenakan pajak atas penghasilan bruto/omset yang berasal dari negara yuridiksi.

**Tabel. 2** Komparasi Pengenaan Pajak Ekonomi Digital

Negara	Pokok Peraturan
Perancis ( <a href="#">Suwardi et al.</a> , 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistem perpajakan yang mengenakan pajak berbasis penghasilan yang berasal dari layanan digital disebut sebagai <i>Digital Service Tax</i> (DST)</li> <li>• Ruang lingkup kondisi <i>Taxable Person</i> dalam suatu periode pajak:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Total penghasilan yang dilaporkan di seluruh dunia oleh entitas untuk yang relevan tahun keuangan melebihi EUR 750.000.000</li> <li>2. Jumlah total penghasilan kena pajak yang diperoleh oleh entitas di Perancis selama tahun pajak yang relevan melebihi EUR 25.000.000</li> </ol> </li> <li>• Objek <i>DST</i>:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iklan yang dipasang pada media digital yang ditujukan kepada <i>customer</i> media digital yang bersangkutan</li> <li>2. Fasilitas yang disediakan oleh penyedia <i>digital interface</i> dua arah yang dapat memungkinkan bertemunya antar pengguna, serta memfasilitasi penyediaan barang atau jasa secara langsung.</li> <li>3. Pengiriman Data yang diperoleh dari kegiatan pengguna di media digital.</li> </ol> </li> <li>• Tarif Pajak : 3%</li> </ul>
Australia ( <a href="#">Suwardi et al.</a> , 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Australia melakukan pemajakan atas transaksi <i>digital economy</i> dengan menerapkan GST (<i>Good Service Tax</i>).</li> <li>• Objek yang dikenakan GST meliputi seluruh penjualan barang dan jasa. Barang yang dimaksud terdiri dari dua macam yaitu barang digital (tidak memiliki wujud fisiknya) dan barang berwujud (memiliki wujud fisik) yang diserahkan kepada konsumen di Australia.</li> <li>• Entitas yang dijadikan subjek dalam GST merupakan pihak yang memasukkan barang dan/atau jasa, meliputi suatu kegiatan bisnis, kegiatan yang dilakukan oleh lembaga keagamaan, badan amal atau pemerintah, atau kegiatan yang dilakukan secara berkelanjutan atau teratur dalam bentuk sewa, lisensi atau kepentingan lainnya pada sektor properti.</li> <li>• Australia menerapkan tarif GST sebesar 10% dari harga jual produk yang dikonsumsi atau dijual di Australia.</li> </ul>
Spanyol ( <a href="#">Lowry</a> , 2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spanyol menerapkan DST dalam melakukan pemajakan atas transaksi <i>digital economy</i>.</li> <li>• Pajak akan dikenakan pada layanan digital tertentu, termasuk iklan online, <i>marketplaces</i>, dan layanan transfer data (yaitu, pendapatan dari penjualan aktivitas pengguna online) yang ditentukan dari internet alamat protokol (IP) di Spanyol</li> <li>• Pajak hanya akan berlaku untuk perusahaan dengan pendapatan global untuk tahun kalender sebelumnya melebihi € 750 juta dan € 3 juta pendapatan yang diperoleh pada tahun berjalan dari aktivitas dengan pengguna di Spanyol.</li> </ul>

Inggris (HMRC, 2020)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inggris menerapkan DST dalam rangka melakukan pemajakan atas transaksi dalam <i>digital economy</i>.</li><li>• Tarif pajak adalah 2% atas pendapatan dari mesin pencari, layanan media sosial, dan <i>marketplaces</i> yang mendapatkan nilai dari pengguna Inggris.</li><li>• <i>Digital Service Tax</i> akan dikenakan jika pendapatan grup di seluruh dunia dari aktivitas digital ini lebih dari £ 500 juta dan lebih dari £ 25 juta dari pendapatan ini berasal dari pengguna Inggris Raya.</li><li>• Pendapatan £ 25 juta pertama grup yang berasal dari pengguna Inggris tidak akan dikenakan <i>Digital Service Tax</i>.</li></ul>
Turki (Atabey & Samli, 2020)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turki melakukan pemajakan atas transaksi ekonomi digital dengan menerapkan DST.</li><li>• Layanan digital yang dikenakan pajak<ol style="list-style-type: none"><li>1. Semua jenis layanan periklanan online</li><li>2. Penjualan audio, video, atau konten digital apa pun di lingkungan digital</li><li>3. Layanan untuk menyediakan dan mengoperasikan lingkungan digital tempat pengguna dapat berinteraksi satu sama lain</li><li>4. Layanan perantara yang dilakukan di lingkungan digital untuk layanan yang tercantum di atas</li></ol></li><li>• Tarif 7,5% atas pendapatan yang dihasilkan dari layanan digital yang termasuk dalam cakupan DST.</li><li>• Sanksi<ol style="list-style-type: none"><li>1. Penyedia layanan digital yang tidak memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan laporan dan pembayaran terkait DST dapat diberitahukan oleh otoritas pajak dengan pemberitahuan tertulis, email, atau semua instrumen komunikasi lainnya.</li><li>2. Jika kewajiban ini tidak dipenuhi dalam waktu 30 hari sejak pengumuman, maka dilakukan pemblokiran terhadap penyedia layanan digital sampai kewajiban tersebut terpenuhi.</li></ol></li></ul>

Berdasarkan komparasi pada Tabel 2, peneliti mengelompokkan regulasi antar negara secara umum mengatur (a) *taxable person*, (b) *threshold* pengenaan pajak, dan (c) sumber pengenaan pajak. *Taxable person* atau entitas yang dapat dikenakan pajak secara umum merujuk pada perusahaan yang mendapatkan penghasilan dari negara yuridiksi. Beberapa negara memberikan insentif berupa *threshold* untuk dapat dikenakan pajak atas ekonomi digital. Sumber pengenaan pajak pada berbagai negara sesuai dengan ruang lingkup ekonomi digital pada bagian sebelumnya.

## 6. *Potential Loss* Penerimaan Pajak Potensi Penerimaan Pajak

Salah satu penyebab tidak tercapainya target penerimaan pajak secara optimal adalah tingginya kegiatan ekonomi bayangan atau *shadow economy* di Indonesia. Jika pada bagian sebelumnya peneliti membahas ruang lingkup dalam ekonomi digital, pada bagian ini peneliti mencoba masuk dalam ranah ekonomi digital bayangan (*digital shadow economy*). *Digital shadow economy* merupakan bagian dari *shadow economy* atau ekonomi bayangan. Definisi ekonomi bayangan sangatlah luas tetapi umumnya mengacu pada kegiatan bisnis yang beroperasi di luar sistem perpajakan dan bisnis yang terdaftar secara hukum (*registered business*). Tindakan menyembunyikan transaksi digunakan oleh pelaku dalam ekonomi bayangan untuk menghindari membayar pajak atau biaya jaminan sosial, atau juga dapat digunakan menghindari biaya yang terkait dengan kondisi kerja yang aman. atau perlindungan hak konsumen. (Russell, 2010). Pada

Tabel 3 disajikan klasifikasi *shadow economy* menurut Schneider and Enste dalam [Remeikiene et al.](#) (2018). Beberapa penelitian terdahulu yang mengukur estimasi *shadow economy* dan *potential loss* penerimaan pajak di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel. 3** Klasifikasi *Shadow Economy*

Criteria	Sectors			
	Household	Informal	Underground	Criminal
Production/ Distribution	Legal	Legal	Illegal	Illegal
Transfers in the market	no transfers	are conducted	are conducted	are conducted
Result (products/services)	Legal	Legal	Legal	Illegal
Example	To do everything by oneself; an office at home; barter; child care	Neighbours' assistance; advisory centres; self-help organisations; honorary activities; network activities	Illegal work: violations of the regulations on trade, craft, distribution; tax evasion; abuse of social benefits	Trade in stolen goods and drugs; forbidden gambling; fraud; smuggling; hiding of stolen goods
Categories	Self-sufficient economy		Shadow economy	

Sumber: Schneider and Enste dalam [Remeikiene et al.](#) (2018)

**Tabel. 4** Penelitian Sebelumnya atas *Shadow Economy* di Indonesia

Peneliti	Estimasi <i>Shadow Economy</i>	Estimasi <i>Potential Loss</i> Penerimaan Pajak
Nizar dan Purnomo (2011)	Rata-rata pertahun: Rp164,4 Triliun	Rata-rata pertahun: Rp20,55 Triliun
<a href="#">Sapardi</a> (2013)	Rata-rata pertahun: Rp95,4 Triliun	Rata-rata pertahun: Rp6,9 Triliun
<a href="#">Samuda</a> (2016)	Rata-rata pertahun: Rp376,56 Triliun	Rata-rata pertahun: Rp44,68 Triliun
<a href="#">Azwar dan Mulyawan</a> (2017)	Rata-rata pertahun: Rp536 Triliun	Rata-rata pertahun: Rp487,12 Triliun

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Secara umum jumlah *potential loss* penerimaan pajak dan estimasi *shadow economy* di Indonesia sangat signifikan. Kekurangan penerimaan pajak yang dialami Indonesia selama satu dekade terakhir seharusnya dapat ditutup. Nizar dan Purnomo (2011) menyatakan *potential loss* penerimaan pajak ditaksir sebesar Rp20,55 triliun pertahun, apabila kita bandingkan dengan kekurangan penerimaan pajak tahun 2011, maka nilai potensi kerugian tersebut hampir menutupi kekurangan penerimaan pajak sebesar Rp21 triliun. Sedangkan berdasarkan estimasi model yang dilakukan [Azwar dan Mulyawan](#) (2017), maka kekurangan penerimaan pajak selama beberapa tahun terakhir seharusnya tidak terjadi apabila *shadow economy* di Indonesia dapat diatasi. Misalnya kekurangan penerimaan pajak sebesar Rp132,1 triliun pada tahun 2017, apabila potensi penerimaan pajak dari *shadow economy* dapat dipungut oleh negara maka kekurangan tersebut tidak akan terjadi.

Seperti dalam Tabel 3, Schneider dan Enste mengartikan *shadow economy* sebagai kegiatan ekonomi baik legal maupun ilegal. Kegiatan legal yang dapat dikelompokkan

dalam *shadow economy* adalah hasil dari aktivitas ekonomi yang melanggar aturan perundang-undangan, penghindaran pajak, dan penyalahgunaan manfaat jaminan sosial. Dalam konteks ekonomi digital [Gaspareniene et al.](#) (2016) memberikan ringkasan terkait aktivitas apa saja yang dapat digolongkan dalam aktivitas ekonomi bayangan digital (*digital shadow activity*). Pada Tabel 5 disajikan terminologi terkait ekonomi bayangan digital pada penelitian [Gaspareniene et al.](#) (2016).

**Tabel. 5** Terminologi terkait *Digital Shadow Activity*

<i>Terms</i>	<i>Interpretasi</i>
<i>Terms reflecting the nature of activities</i>	Pelanggaran berbasis keuntungan yang dilakukan mengeksploitasi teknologi jaringan
<i>Digital illegal economy</i>	Pendapatan yang dihasilkan oleh kegiatan ekonomi online
<i>Digital unreported economy</i>	Kegiatan ekonomi yang tidak terdaftar secara online, dilakukan menghindari kontribusi pajak
<i>Digital unrecorded economy</i>	Kegiatan ekonomi online, dilakukan menghindari peraturan yang ditetapkan tentang pelaporan bisnis
<i>Digital black marketing Cybercrime</i>	Perdagangan online produk fisik ilegal atau data penipuan kejahatan berbasis internet yang dilakukan dari jarak jauh untuk secara ilegal mengambil kekayaan atau sumber daya dari entitas swasta dan yuridis serta sektor publik.
<i>Terms reflecting the role of a consumer as the main agent E-fraud</i>	Tindakan tidak jujur konsumen secara online, dilakukan melanggar persyaratan kontrak dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan dari ketidakjujuran
<i>Digital piracy (e-piracy)</i>	Jenis pembajakan produk, muncul sebagai memproduksi, memperoleh dan / atau mengkonsumsi salinan ilegal dari setiap produk otentik
<i>Dysfunctional consumer behaviour online</i>	Tindakan online konsumen, yang melanggar norma perilaku yang diterima secara umum

Sumber: [Gaspareniene et al.](#) (2016)

Berdasarkan hasil studi literatur yang penulis lakukan, diperoleh data sebagai berikut:

- a. Kerugian akibat pembajakan di seluruh Indonesia diprediksi mencapai Rp100 triliun per tahun ([REPUBLIKA](#), 2019). Jika menggunakan asumsi tarif pajak penghasilan 0,5% (PPh Final UMKM) maka total potensi pajak yang dapat disetor ke kas negara sebesar Rp5 milyar. Jumlah tersebut belum dihitung pajak tidak langsung yang dapat dikenakan (di Indonesia sendiri salah satu jenis pajak tidak langsung adalah Pajak Pertambahan Nilai).
- b. [Setyawan](#) (2019) dalam tulisannya menyatakan terdapat potensi pajak cukup signifikan yang dapat digali dari industri ekonomi digital antara lain berasal dari:
  1. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), transaksi jasa iklan di Indonesia dari perusahaan *over the top (OTT)* mencapai USD 800 juta dengan potensi kewajiban pajak penghasilan terutang adalah sebesar USD 77 juta atau sekitar Rp1,07 triliun (belum termasuk PPN).
  2. Berdasarkan data Google & Temasek pada 2017, pembelian produk via *e-Commerce* di Indonesia telah mencapai US\$ 10,9 miliar atau sekitar Rp146,7

triliun, naik 41 persen apabila dibandingkan dengan tahun 2015 dari angka US\$ 5,5 miliar atau sekitar Rp 74 triliun.

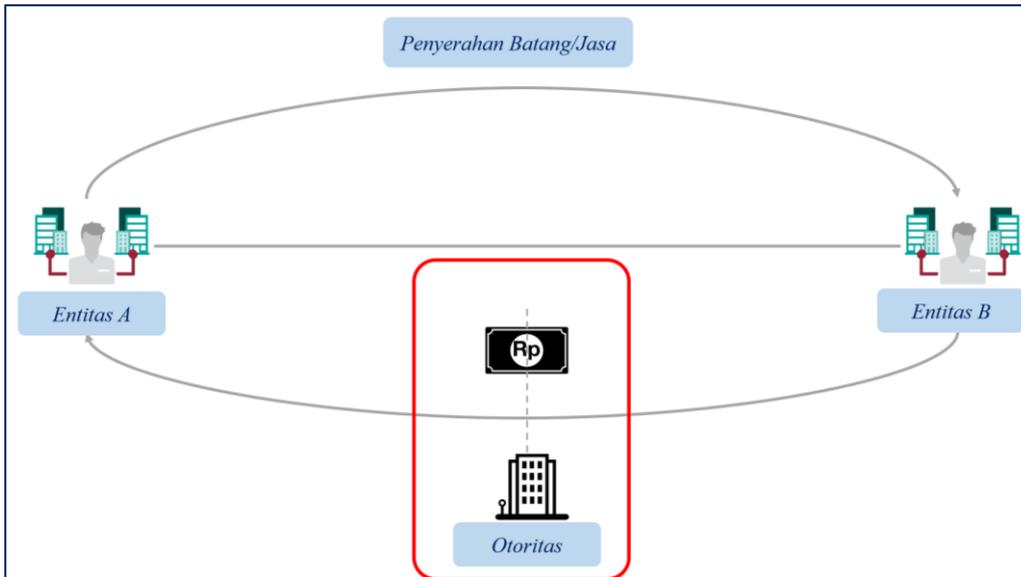
3. Berdasarkan data Bappebti-Kemendag, perkembangan transaksi bisnis investasi atas aset *cryptocurrency* (aset digital kripto, bukan sebagai alat pembayaran) seperti Bitcoin, Ethereum, Ripple, Litecoin di Indonesia cukup signifikan, dengan *market capitalization* telah mencapai angka Rp1 triliun per hari dan jumlah investor sebanyak lebih dari 1,4 juta orang, apabila dikenakan pajak final (dipersamakan tarif atas transaksi saham) sebesar 0,1% dari transaksi maka akan menghasilkan potensi PPh sebesar Rp365 milyar.

## 7. Alternatif Kebijakan Perpajakan

Berdasarkan uraian pada bagian sebelumnya, maka terdapat beberapa kemungkinan rekomendasi peraturan yang dapat diberlakukan di Indonesia terkait pengenaan pajak pada ekonomi digital. Pertama, pemerintah dapat mengenakan pajak langsung dan tidak langsung terhadap setiap transaksi pada ekonomi digital. Kedua, diperlukan kerjasama dengan otoritas lain selain pajak untuk melakukan pengawasan atas kegiatan dalam ekonomi digital.

Skema umum terkait penyerahan barang atau jasa pada ekonomi digital dapat dilihat pada Gambar 3. Entitas A menyerahkan barang/jasa ke Entitas B dengan imbalan tertentu. Ketika Entitas B membayar kepada Entitas A, maka terdapat pihak yang terlibat pada proses tersebut. Secara umum proses tersebut melibatkan pihak perbankan. Otoritas Pajak dapat bekerjasama dengan pihak Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) dan perbankan untuk melakukan pengawasan terkait transaksi pada ekonomi digital. Perangkat aturan yang dapat digunakan adalah Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2017 Tentang Akses Informasi Keuangan Untuk Kepentingan Perpajakan Menjadi Undang-Undang (telah diundangkan menjadi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017). Aturan ini secara umum bertujuan untuk memberikan kepastian hukum terkait pemberian akses yang luas bagi otoritas pajak dalam menerima dan memperoleh informasi keuangan untuk kepentingan perpajakan dan memenuhi komitmen Indonesia dalam perjanjian internasional mengenai pertukaran informasi keuangan secara otomatis. Peran aktif otoritas pajak untuk meminta data kepada pihak yang berkepentingan pada Perppu tersebut, akan meningkatkan pengawasan terhadap aktivitas ekonomi digital.

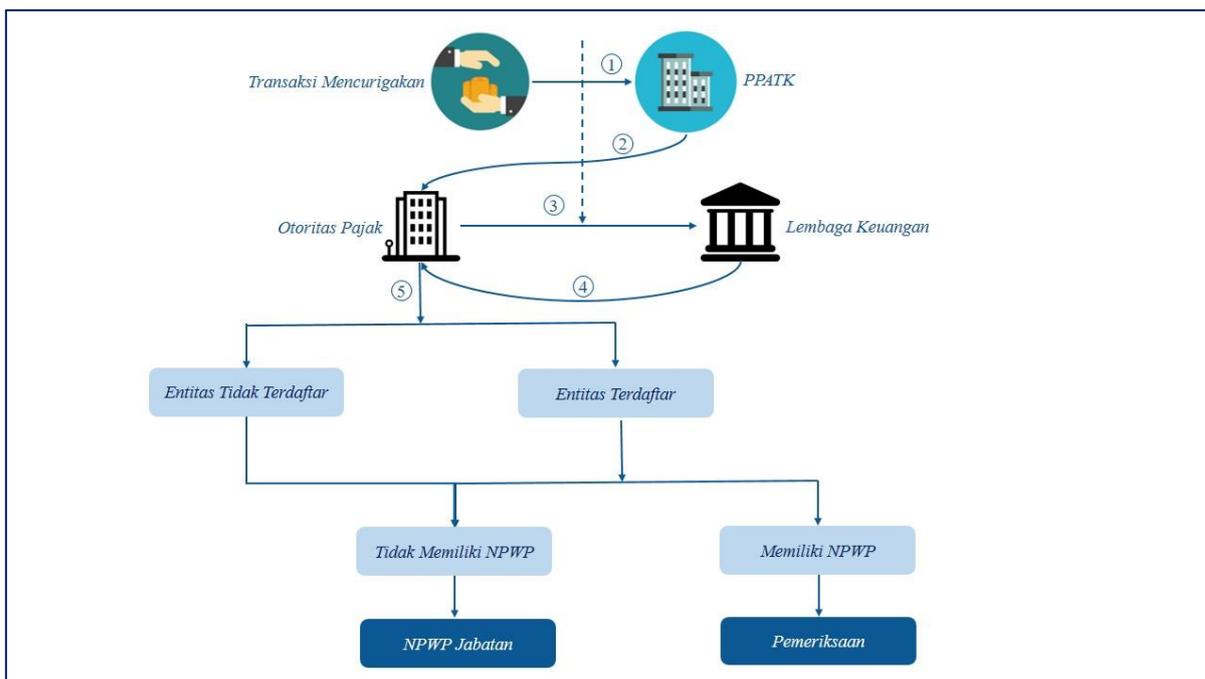
**Gambar. 3** Skema Umum Transaksi



Sumber: Diolah penulis

Peran PPATK dapat lebih dilibatkan sesuai dengan Peraturan Kepala Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan Nomor: Per-11 / 1.02 /PPATK/06 /2013 tentang Identifikasi Transaksi Keuangan Mencurigakan Bagi Penyedia Jasa Keuangan. Peraturan ini dapat menjadi titik awal untuk bergerak ke UU Nomor 9 tahun 2017 sebelumnya. Ketika PPATK mencurigai terdapat transaksi keuangan yang mencurigakan, Otoritas Pajak dapat segera meminta pihak yang berkepentingan dalam UU Nomor 9 tahun 2017 untuk membuka data tersebut. Kemungkinan yang dapat timbul atas suatu transaksi keuangan berasal dari suatu entitas bisnis terdaftar maupun yang tidak terdaftar. Ketika suatu entitas bisnis tersebut tidak terdaftar, maka otoritas pajak (dalam hal ini Direktorat Jenderal apajak) dapat menerbitkan secara jabatan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) untuk menutup celah praktik tersebut. Apabila entitas bisnis telah terdaftar maka terdapat dua kemungkinan atas status entitas tersebut. Pertama sudah terdaftar sebagai Wajib Pajak dan kemungkinna kedua belum terdaftar sebagai Wajib Pajak. Untuk kasus pertama tindak lanjutnya adalah menerbitkan NPWP secara jabatan, sedangkan untuk kasus kedua otoritas pajak dapat melakukan pengawasan dengan melaksanakan pemeriksaan pajak untuk menilai apakah transaksi tersebut telah dilaporkan pada otoritas pajak. Untuk lebih sederhana dapat dilihat pada Gambar 4.

**Gambar. 4** Perlakuan Transaksi Mencurigakan



Sumber: Diolah penulis

Secara sederhana pada langkah nomor 1, PPATK melakukan analisis terhadap transaksi yang mencurigakan. Setelah mendapatkan hasil analisis pada nomor 2, selanjutnya dilakukan penerusan informasi ke otoritas terkait, dalam hal pajak diteruskan ke Direktorat Jenderal Pajak. Direktorat Jenderal Pajak meminta lembaga keuangan untuk membuka transaksi tersebut disimbolkan pada nomor 3. Lembaga keuangan menyerahkan hasil kepada Direktorat Jenderal Pajak pada nomor 4. Selanjutnya Direktorat Jenderal Pajak melakukan identifikasi entitas tersebut terdaftar atau tidak terdaftar pada nomor 5.

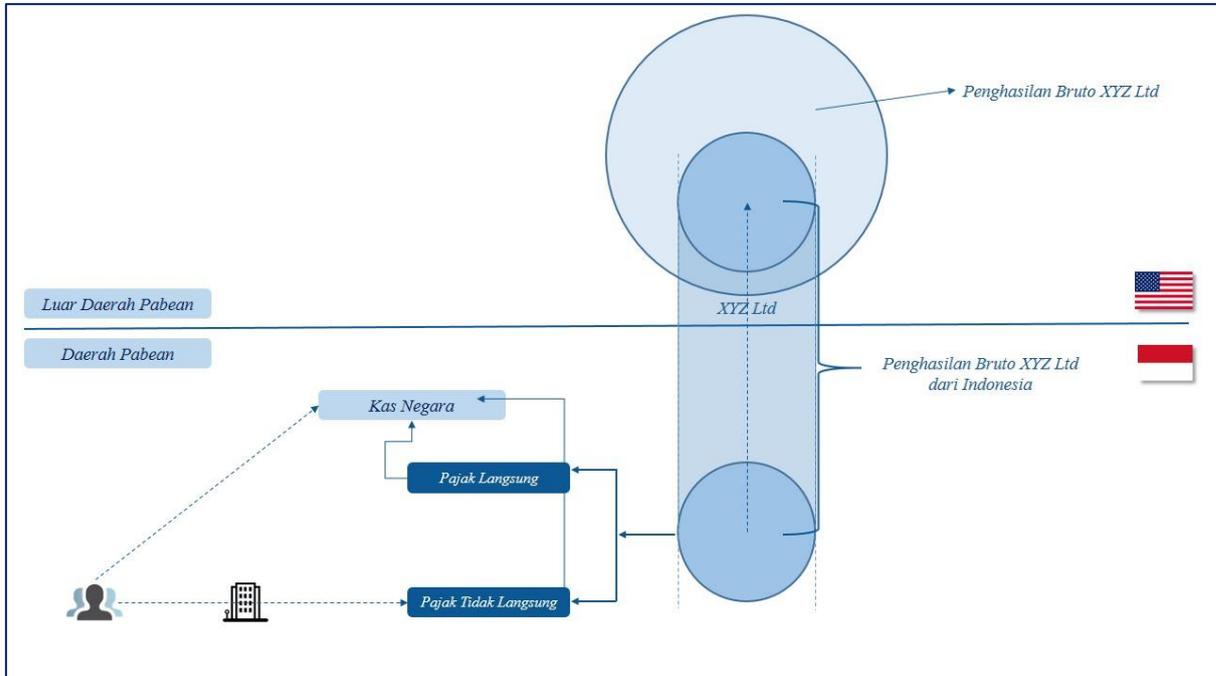
## 8. Pajak Langsung dan Pajak Tidak Langsung

Pajak atas ekonomi digital dapat peneliti bedakan menjadi dua macam, yaitu pajak langsung (*direct taxes*) dan pajak tidak langsung (*indirect taxes*). Pajak langsung dapat dimaknai sebagai antara pembayar pajak dan penanggungjawab pajak merupakan entitas yang sama. Sedangkan perbedaannya dengan pajak tidak langsung dapat dilihat pada pihak yang membayar pajak dan penanggungjawab pajak merupakan entitas yang berbeda. Dalam pajak tidak langsung untuk kasus ini, maka pembayar pajak merupakan pembeli/*customer*, sedangkan penanggungjawab pajak adalah pengusaha. Peneliti memberikan gambaran pemajakan ekonomi digital untuk entitas dari luar negeri/luar daerah pabean yang menerima penghasilan dari Indonesia pada Gambar 5.

Aturan yang saat ini berlaku di Indonesia baru membahas pengenaan pajak tidak langsung terkait barang/jasa yang berasal dari luar negeri yang digunakan oleh *customer* Indonesia. Peneliti menilai harus terdapat pajak langsung yang harus dikenakan kepada entitas tersebut. Mengapa hal ini harus dilakukan, mengingat pajak tidak langsung yang dikenakan di Indonesia saat ini merupakan pajak atas konsumsi yang dibebankan kepada

pembeli dari Indonesia. Pajak tersebut sesungguhnya tidak dikenakan kepada entitas yang mendapatkan penghasilan.

**Gambar. 5** Pemajakan Entitas dari Luar Daerah Pabean yang Menerima Penghasilan dari Indonesia



Sumber: Diolah penulis

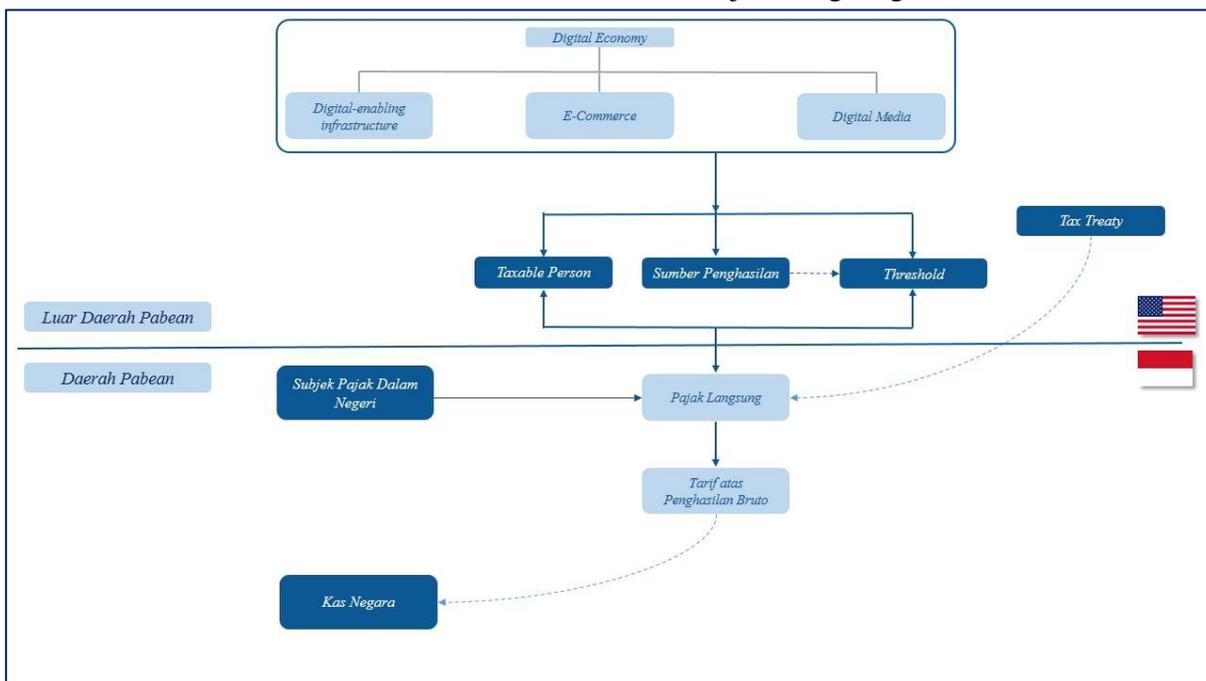
Pada Gambar 5 misalnya, ketika XYZ Ltd menerima penghasilan dari Indonesia, seharusnya dikenakan pajak langsung dan pajak tidak langsung. Pajak tidak langsung dapat menggunakan dua skema. Skema pertama pembeli langsung membayar pajak ke kas negara, karena entitas yang menjadi penanggungjawab tidak atau belum dikukuhkan menjadi pemungut pajak di Indonesia. Sedangkan dalam skema kedua, ketika entitas yang menjadi penanggungjawab telah dikukuhkan menjadi pemungut pajak di Indonesia, maka entitas tersebutlah yang akan membayarkan pajak tersebut ke kas negara.

Dalam pajak langsung, peneliti berpendapat pemerintah harus menggagas pengenaan pajak atas ekonomi digital. Pengenaan tersebut dapat berupa pajak yang baru maupun memperluas aturan pajak yang ada. Seperti negara-negara yang telah mengenakan *Digital Service Tax* (DST) sebelumnya, Indonesia pun dapat menggagas pajak yang serupa untuk ekonomi digital. Tetapi yang harus diingat adalah ini akan menimbulkan potensi gejolak sebagaimana Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) yang telah dibatalkan. Sehingga peneliti lebih setuju untuk memperluas dan mempertegas aturan pajak yang telah ada misalnya dalam Pajak Penghasilan, daripada membuat menggagas jenis pajak yang baru. Muatan terkait hal apa saja yang seharusnya diatur dapat dilihat pada Gambar 6.

## 9. Muatan dalam Peraturan Pajak Langsung

Menurut peneliti hal pertama yang harus diidentifikasi oleh pemerintah adalah ruang lingkup ekonomi digital. Peneliti lebih setuju ruang lingkup sebagaimana telah diungkapkan sebelumnya, yaitu pendapat OECD (2019), [Barefoot et al. \(2018\)](#), dan *digitalised economy* menurut [Bukht & Heeks \(2017\)](#). Setelah pemerintah berhasil membuat identifikasi, langkah selanjutnya adalah menentukan siapa yang dapat disebut dengan *taxable person*, sumber penghasilan yang dapat dikenakan pajak di Indonesia, serta berapa batasan penghasilan yang akan dikenakan pajak.

Gambar 6 Muatan dalam Peraturan Pajak Langsung



Sumber: Diolah penulis

Pemerintah dapat mengadopsi aturan dari Perancis, Spanyol, Inggris dan Turki tentang pendefinisian *taxable person*, sumber penghasilan, serta *threshold* dengan memperhatikan sistem hukum yang ada di Indonesia. Salah satu pertimbangan dalam aturan hukum perpajakan yang berlaku adalah kedudukan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda atau *tax treaty* dalam hukum pajak di Indonesia. Hal lain yang harus dipertimbangkan adalah bagaimana konsensus global mengatur pemajakan *digital economy* dan dasar pengenaan pajak. Dasar pengenaan pajak menjadi hal yang penting dalam hal ini, karena pemerintah harus mempertimbangkan apakah pajak yang dikenakan atas laba di Indonesia atau penghasilan bruto dari Indonesia. Peneliti lebih setuju untuk mengenakan berdasarkan penghasilan bruto. Pertimbangan yang mendasari adalah tingkat kesulitan dalam menentukan biaya pengurang yang dapat diatribusikan untuk pendapatan dari Indonesia.

### Kesimpulan

Ruang lingkup ekonomi digital yang dapat diterapkan dalam aturan perpajakan di Indonesia antara lain definisi, dan *digitalised economy*. Pemajakan atas ekonomi digital harus mempertimbangkan prinsip-prinsip seperti netralitas, efisiensi, kesederhanaan dan

kepastian, keadilan dan efektivitas, dan fleksibilitas. Salah satu masalah yang dihadapi pada ekonomi digital adalah *Base Erosion Profit Shifting* atau BEPS. Dalam praktik BEPS peraturan perpajakan di yurisdiksi negara-negara yang berbeda saling bergesekan satu dengan yang lain. Sehingga Indonesia memerlukan keterlibatan dan sinergi dengan seluruh *stakeholder* global.

Pemajakan atas ekonomi digital harus dilakukan mengingat besarnya potensi atas ekonomi digital di Indonesia. Kebijakan yang dapat diterapkan Indonesia untuk ekonomi digital antara lain:

- a. Memperkuat sinergi antar otoritas terkait, misalnya perbankan/lembaga keuangan, PPATK, serta otoritas pajak
- b. Entitas yang diidentifikasi melakukan transaksi mencurigakan oleh PPATK, harus dilakukan pendalaman untuk menentukan entitas tersebut dapat dilakukan pemeriksaa atau menetapkan NPWP secara jabatan
- c. Pemerintah dapat mengenakan pajak langsung dan pajak tidak langsung terhadap ekonomi digital
- d. Pajak langsung yang dikenakan harus memperhatikan konsensus global dan sistem hukum yang ada di Indonesia
- e. Peneliti berpendapat bahwa pemerintah lebih baik memepluas dan memepртеgas aturan pajak yang sudah ada untuk aspek ekonomi digital, daripada memberlakukan jenis pajak baru.

### Bibliografi

- APJII. (2020). Survei APJII yang Ditunggu-tunggu, Penetrasi Internet Indonesia 2018. *Buletin APJII*, 40, 1–6.
- Atabey, Utku, & Şamlı, Erdem. (2020). Digital Service Tax in Turkey.
- Azwar, & Mulyawan, Andi Wawan. (2017). *Analisis Underground Economy Indonesia Dan Potensi Penerimaan Pajak*. 1(1), 60–78. <https://doi.org/10.31092/jia.v1i1.18>
- Barefoot, Kevin, Curtis, Dave, Jolliff, William, Nicholson, Jessica R., & Omohundro, Robert. (2018). Defining and measuring the digital economy. *US Department of Commerce Bureau of Economic Analysis, Washington, DC*, 15.
- Boccia, Francesco, & Leonardi, Robert. (2016). The Challenge of the Digital Economy. Markets, Taxation and Appropriate Economic Models. *Library of Congress Control*, (2016957774). Springer.
- Bukht, Rumana, & Heeks, Richard. (2017). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *Development Informatics Working Paper*, (68).
- Burdine, Thompson Julie, Thorne, Sally, & Sandhu, Gurjit. (2021). Interpretive description: a flexible qualitative methodology for medical education research. *Medical Education*, 55(3), 336–343. <https://doi.org/10.1111/medu.14380>
- Choi, Soon Yong, & Whinston, Andrew B. (2000). The future of the digital economy. In *Handbook on electronic commerce* (pp. 25–52). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-58327-8\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-58327-8_2)
- Creswell, John W. (2015). Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative (5th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Limited.
- Darussalam, & Tobing, Ganda C. (2014). Rencana Aksi Base Erosion Profit Shifting dan Dampaknya terhadap Peraturan Pajak di Indonesia.
- DDTC. (2020). Pemerintah Sebut 6 Faktor Ini Bisa Persulit Pencapaian Target Pajak. Retrieved October 25, 2020, from <https://news.ddtc.co.id/pemerintah-sebut-6-faktor-ini-bisa-persulit-pencapaian-target-pajak-23745>
- Fitriandi, Primandita. (2020). PEMAJAKAN ATAS TRANSAKSI MELALUI ONLINE MARKETPLACE. *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Journal)*, 4(1), 14–20. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v3i1.1202>
- Gaspareniene, Ligita, Remeikiene, Rita, & Navickas, Valentinas. (2016). The concept of digital shadow economy: consumer's attitude. *Procedia Economics and Finance*, 39, 502–509. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30292-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30292-1)
- HMRC. (2020). Digital Services Tax.

- Holly, Cheryl, Bugel, Mary Jo, Scuderi, Deneen, Estrada, Rosario P., Harvey, Joan, Echevarria, Mercedes, Giuliante, Maryanne M., Antonio, Angelito S., Duncan, Keesha A., Shuler, Jackeline Biddle, Barto, Donna, & Singer, Ahmad. (2014). Qualitative Descriptive Research. In *Scholarly Inquiry and the DNP Capstone* (pp. 69–2014). <https://doi.org/10.1891/9780826193889.0005>
- Kleist, Virginia Franke. (2004). A transaction cost model of electronic trust: Transactional return, incentives for network security and optimal risk in the digital economy. *Electronic Commerce Research*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.1023/B:ELEC.0000009281.05504.93>
- Lowry, Sean. (2019). Digital Services Taxes (DSTs): Policy and Economic Analysis. CRS Report, (R45532).
- Merriam, Sharan B. (2002). Introduction to qualitative research. Qualitative Research in Practice: Examples for Discussion and Analysis, 1(1), 1–17.
- Nizar, Muhammad Afdi, & Purnomo, Kuntarto. (2011). potensi penerimaan pajak dari underground economy di indonesia. Kajian Ekonomi Dan Keuangan, 15, 1–35.
- OECD. (2014). *Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy*. <https://doi.org/10.1787/9789264218789-en>
- OECD. (2019). A Roadmap Toward A Common Framework For Measuring The Digital Economy.
- Pandey, Prabhat, & Pandey, Meenu Mishra. (2021). Research Methodology Tools and Techniques. Bridge Center.
- Pavlou, Paul A. (2002). Institution-based trust in interorganizational exchange relationships: the role of online B2B marketplaces on trust formation. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3–4), 215–243. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00017-3](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00017-3)
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 48/PMK.03/2020.
- Rakhmindyarto. (2014). Base Erosion and Profit Shifting (BEPS): Aktivitas Ekonomi Global dan Peran OECD.
- Remeikiene, Rita, Gaspareniene, Ligita, & Schneider, Friedrich Georg. (2018). The definition of digital shadow economy. *Technological and Economic Development of Economy*, 24(2), 696–717. <https://doi.org/10.3846/20294913.2016.1266530>
- REPUBLIKA. (2019). Kerugian Pembajakan Per Tahunnya Capai Puluhan Triliun.
- Russell, Barrie. (2010). Revenue administration: managing the shadow economy. International Monetary Fund.

- Samuda, Sri Juli Asdiyanti. (2016). UNDERGROUND ECONOMY IN INDONESIA. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 19, 39–56. <https://doi.org/10.21098/bemp.v19i1.599>
- Sandelowski, Margarete. (2000). Whatever happened to qualitative description? *Research in Nursing & Health*, 23(4), 334–340. <https://doi.org/10.1002/1098>
- Sapardi, Tenang. (2013). *Estimasi Potential Loss Penerimaan Pajak dari Kegiatan Underground Economy dengan Pendekatan Moneter*. 21, 71–86. <http://dx.doi.org/10.25105/me.v21i1.793>
- Sayekti, Nidya Waras. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA. *Kajian*, 24(3), 159–172. [10.22212/kajian.v24i3.1866](https://doi.org/10.22212/kajian.v24i3.1866)
- Setyawan, Herry. (2019). Pajak dan Ekonomi Digital.
- Sukardi, Ichwan, & Jiaqian, Sophia She. (2020). Taxing the digital economy in Indonesia.
- Suwardi, Suwardi, Budiandri, Alan, Cinthya, S., & Ghifri, N. A. (2020). memajaki transaksi ekonomi digital: studi kasus di india, perancis, dan australia. *JURNAL PKN (Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara)*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v2i1.971>
- Terada-Hagiwara, Akiko, Gonzales, Kathrina, & Wang, Jie. (2019). Taxation Challenges in a Digital Economy—The Case of the People’s Republic of China.
- Wibowo, Edi Wahyu. (2018). Analisis Ekonomi Digital dan Keterbukaan terhadap Pertumbuhan GDP Negara ASEAN. *Jurnal Lentera Bisnis*, 7(2), 66–80. <http://dx.doi.org/10.34127/jrlab.v7i2.235>
- Yuliani, Dinda. (2020). COMPARATION OF INDONESIA AND CHINA DIGITAL ECONOMIC GROWTH IN THE FIELD E-COMMERCE. Universitas Ahmad Dahlan.
- Zulvina, Susi. (2011). Pengantar Hukum Pajak. Jakarta: Sekolah Tinggi Akuntansi Negara.