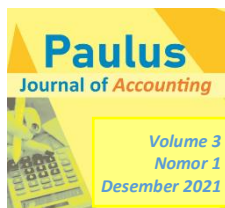


***E-COMTURE (E-COMMERCE TAX LITERATURE): STRATEGI
PENINGKATAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM PELUMPUHAN
PERMASALAHAN PERPAJAKAN MELALUI APLIKASI DIGITAL
GUNA MEMULIHKAN PEREKONOMIAN IN NEW NORMAL ERA PADA
KALANGAN E-COMMERCE***

Maratus Soleha¹, Kharisma Puspita Sari², Gestiani Nurholifta³

Universitas Trunojoyo Madura

maratussoleha130@gmail.com



e-ISSN 2715-7474

p-ISSN 2715-9892

Informasi Artikel

Tanggal masuk

08 Desember 2021

Tanggal revisi

15 Desember 2021

Tanggal diterima

31 Desember 2021

Kata Kunci:

*E-commerce*¹

Literasi Pajak²

Pemulihan

Ekonomi³

Abstrak: *E-commerce* memiliki peranan besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional dikarenakan dapat memasarkan produk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memiliki jangkauan konsumen yang luas. *E-commerce* juga memiliki potensi besar dalam perpajakan seperti menyumbang dana untuk kas negara. Namun dalam pemungutan pajaknya, masih banyak timbul permasalahan seperti tidak efektifnya pemungutan pajak yang ditandai oleh kebingungan para pembisnis *e-commerce*, munculnya perspektif ketidakadilan pajak oleh pembisnis *marketplace* dan pembisnis media sosial. Dari hal-hal tersebut maka diperlukannya kajian lebih lanjut mengenai kebijakan pemerintah mengenai pajak *e-commerce* serta tersedianya fasilitas media sosialisasi yang dapat mencakup berbagai kalangan *pembisnis e-commerce* secara efektif dan efisien sesuai dengan perkembangan zaman. Tujuan dari penulisan ini sebagai sarana literasi mengenai perpajakan bagi *e-commerce*, membantu meningkatkan kepatuhan terhadap pajak, dan meminimalisir permasalahan terkait perpajakan *e-commerce*. Metode penulisan yang digunakan adalah metode pengumpulan data sekunder. Hasil yang didapat berupa *E-commerce (E-commerce Tax Literature)* yang merupakan salah satu metode untuk membantu pelumpuhan permasalahan pajak melalui aplikasi digital yang dapat memudahkan para pengguna *e-commerce*. *E-commerce* tidak hanya berorientasi pada pelumpuhan permasalahan pajak yang terjadi. Namun, juga meningkatkan literasi pajak guna menambah pemahaman mengenai pajak sehingga dapat memulihkan perekonomian *in new normal era*. Melalui *e-commerce* maka pengguna akan sejahtera dan tidak ada lagi unsur pemaksaan di dalamnya untuk membayar pajak.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengalami inovasi di berbagai bidang, salah satunya pada bidang bisnis dan perdagangan. Dengan berbagai perkembangannya, semakin memudahkan dalam melakukan setiap kegiatan yang terkait dengan bisnis maupun perdagangan, sehingga dapat menyebabkan perubahan pada gaya hidup dan cara berjualan. Menurut *Indonesian E-commerce Association*, meledaknya perdagangan secara elektronik berakibat langsung kepada pola berbelanja di *mall* maupun tempat perbelanjaan konvensional lainnya yang dapat menimbulkan pergeseran tren cara berbelanja. Hal tersebut tercermin dalam kegiatan perdagangan secara *online* melalui *platform* yang disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan tempat penjualan maupun pembelian baik berupa barang bahkan jasa melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik yang dirancang untuk menerima dan melakukan pesanan. Barang atau jasa dipesan dengan metode tersebut, namun pembayaran dan pengiriman utama barang atau jasa tidak harus dilakukan secara *online* (OEDC, 2009). Melihat potensi dari *e-commerce* dengan adanya peningkatan jumlah transaksi *E-commerce* di Indonesia. Jumlah tersebut (2018) mencapai Rp. 77,776 triliun dibandingkan dengan tahun 2017 yang mencapai Rp. 30,945 triliun atau mengalami peningkatan sebesar 151%. Tren tersebut juga sangat berdampak pada UMKM yang mulai banyak beralih ke digitalisasi dan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.



Gambar 1. Pelaku Usaha *E-commerce*, Tahun 2019-2020

Dari data di atas dapat dilihat bahwa pelaku *e-commerce* sebesar 95,74% pada tahun 2019 dan 90,18% pada tahun 2020¹. Berdasarkan data Kementerian Keuangan, realisasi penerimaan pajak yang dibayar melalui *e-commerce* pada tahun 2019 mencapai Rp 140 Miliar dengan jumlah transaksi lebih dari 30.000 transaksi dan angka tersebut telah melebihi target akhir 2019. Maraknya pelaku usaha *e-commerce* saat ini menyebabkan pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) 3 Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik, aturan ini mulai berlaku pada 1 April 2019. Pemerintah tidak menetapkan jenis ataupun tarif pajak baru bagi pelaku *e-commerce*. Peraturan ini lebih menerangkan tata cara atau prosedur pemajakan agar memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku *e-commerce* sehingga dapat menciptakan perlakuan yang setara dengan pelaku usaha konvensional.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan upaya untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak. Pemahaman tentang perhitungan maupun penyampaian pajak dapat meningkatkan kesadaran terhadap kewajiban pajak dan mengatasi berbagai permasalahan di atas melalui literasi perpajakan khususnya pada pelaku bisnis *e-commerce*. Sehingga diperlukannya sebuah inovasi melalui literasi perpajakan yang sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi maka penulis mengangkat judul ***“E-Compture (E-Commerce Tax Literature): Strategi Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak dalam Pelumpuhan Permasalahan Perpajakan Melalui Aplikasi Digital Guna Memulihkan Perekonomian in New Normal Era pada Kalangan E-Commerce”***.

¹ Kusumatriisna, A. R. N. d., 2020. *Statistik E-Commerce 2020*. Badan Pusat Statistik.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana cara untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak terhadap perpajakan khususnya *e-commerce*?
2. Apa itu *e-commerce* dan bagaimana tahap implementasinya?
3. Siapa saja pihak yang terlibat dalam pengimplementasian *e-commerce*?

1.2 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka terdapat tujuan seperti berikut:

1. Untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak terhadap perpajakan khususnya *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui *e-commerce* dan tahap implementasinya.
3. Untuk mengetahui pihak yang terlibat dalam pengimplementasian *e-commerce*.

1.3 Manfaat

Selain itu, terdapat beberapa manfaat yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penulisan karya tulis ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengguna khususnya kalangan *e-commerce* sebagai sumber informasi dan edukasi dalam upaya memulihkan perekonomian melalui aplikasi digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis karya tulis ini, diharapkan menjadi titik balik dari instansi atau pemerintah agar memberikan perhatian lebih kepada pelaku perpajakan terutama kalangan *e-commerce* demi terbentuknya fleksibilitas perpajakan bagi *e-commerce* sehingga terwujud perekonomian yang baik di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 E-Commerce

Perkembangan teknologi saat ini telah memberikan peluang dalam kegiatan jual beli salah satunya adalah *e-commerce*. *E-commerce* adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. *E-commerce* saat ini menjadi

salah satu hal yang dibutuhkan oleh penjual dalam memasarkan produknya agar lebih mudah menarik pelanggan dengan menggunakan media internet.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia saat ini sangatlah pesat. Bahkan, Indonesia masuk ke dalam 10 besar negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Mulai dari tokopedia, bukalapak, lazada dan lain sebagainya. Pada tahun 2018, perkembangan *e-commerce* di Indonesia mencapai angka 78%. Dari angka perkembangan tersebut, 17,7% merupakan transaksi dari pembelian tiket pesawat dan pemesanan hotel, untuk 11.9% lainnya untuk pembelian jenis-jenis pakaian dan 10% lainnya berasal dari penjualan kosmetik dan produk-produk kesehatan.

E-commerce juga memiliki manfaat yang beragam. Berikut manfaat yang diperoleh melalui *e-commerce*

1. Biaya Lebih Murah

E-commerce memiliki biaya yang murah dikarenakan biaya operasional dari toko *online* lebih murah daripada toko yang berbentuk bangunan. Toko *online* ini tidak diperlukan sewa bangunan, biaya air dan listrik, biaya renovasi bangunan hingga gaji karyawan.

2. Jangkauan Toko Lebih Luas

Dengan menggunakan *e-commerce*, maka toko dapat dikenal oleh banyak kalangan masyarakat di seluruh dunia tergantung dengan *website e-commerce* yang digunakan. Hal ini akan menarik pembeli yang lebih banyak karena pada toko konvensional pembeli hanya berasal dari daerah yang sama.

3. Transaksi dan Pengiriman Lebih Mudah

Saat ini, telah tersedia berbagai layanan yang mendukung adanya pembayaran elektronik melalui media internet dan pengiriman barang dapat dilacak secara *online* sehingga memudahkan transaksi antar penjual dan pembeli.

2.2 Literasi Pajak

Literasi berarti kemampuan seseorang dalam membaca informasi, memahami informasi, dan menindaklanjuti informasi melalui suatu keputusan yang bermanfaat dalam hidup. Sedangkan Perpajakan menurut Febriyani dan Kusmuriyanto (2015) adalah kemampuan seorang wajib pajak dalam mengetahui peraturan perpajakan baik tarif pajak maupun manfaat pajak yang akan berguna bagi kehidupan. Maka, dapat disimpulkan bahwa literasi pajak

adalah pengetahuan atau kemampuan seseorang dalam membaca informasi mengenai pajak, memahami informasi tersebut dan menindaklanjuti informasi yang dimiliki melalui suatu keputusan. Literasi pajak ini diperoleh melalui faktor eksternal seperti pendidikan maupun informasi lain seperti sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak maupun langsung dari Direktorat Jenderal Perpajakan.

Literasi pajak sangat penting dikarenakan di Indonesia menggunakan *Self Assement System* yang menuntut adanya peran aktif dari wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Literasi pajak sangat penting dalam menunjang keberhasilan peningkatan penerimaan pajak baik pemerintah maupun Direktorat Jenderal Pajak untuk memastikan masyarakat dapat memperoleh informasi yang cukup. Hal tersebut diwujudkan pemerintah melalui sosialisasi kepada wajib pajak baik melalui media massa maupun media elektronik serta dapat melalui penyuluhan secara langsung kepada wajib pajak. Apabila wajib pajak memiliki tingkat literasi pajak yang baik, maka akan melaksanakan kewajibannya dalam perpajakan. Peningkatan kepatuhan pajak akan terwujud apabila wajib pajak menjadi subjek utama pajak yang memiliki literasi pajak yang baik. Dengan literasi pajak yang tinggi, maka wajib pajak akan lebih mudah melaksanakan kewajibannya.

2.3 Pemulihan Ekonomi

Saat ini kondisi pandemi Covid-19 memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku konsumen, karena telah terjadi perubahan pada pola konsumsi barang dan jasa dari luring menjadi daring. Sehingga *e-commerce* telah menyumbang pendapatan sebanyak 55,6 % terhadap PDB nasional. Selain itu, menurut Menteri Koordinator bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto, potensi ekonomi digital di Indonesia pada tahun 2025 diperkirakan akan mencapai US\$133 miliar.

Dengan banyaknya peluang bisnis dengan menggunakan *e-commerce*, maka tidak menutup kemungkinan jika *e-commerce* mampu menjadi sebuah keuntungan terhadap negara-negara yang menetapkan pajak yang efektif. Hal tersebut dapat membantu perekonomian Indonesia agar bangkit pada masa pandemi saat ini. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa *e-commerce* telah menjadi salah satu sektor yang tumbuh dan berkembang secara cepat. Sehingga saat ini pemerintah telah mengupayakan reformasi perpajakan agar mengurangi

dampak ekonomi saat ini karena efek pandemi. Menurut Menteri Keuangan, Sri Mulyani, pendapatan pajak di Indonesia akan bergerak menuju perpajakan digital seiring dengan transaksi *online* yang terus meningkat signifikan, terutama selama pandemi Covid-19. Oleh karena itu, sektor pajak *e-commerce* diharapkan dapat menjadi penopang dalam pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi.

METODE PENELITIAN

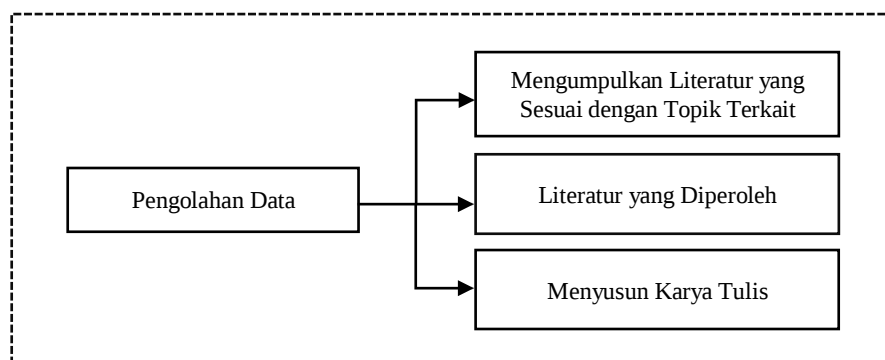
3.1 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan yaitu metode deskripsi kualitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari studi literatur. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara mengambil studi literatur dari beberapa sumber di internet berupa artikel-artikel ilmiah, penelitian terdahulu, jurnal, situs web resmi dan sebagainya. Penulis mengkaji beberapa literatur yang berhubungan dengan topik penulisan yang diangkat. Beberapa literatur tersebut dikumpulkan dan di analisis sehingga diperoleh data-data yang dibutuhkan dan relevan.

3.2 Pengolahan Data

Penulis menggunakan beberapa cara untuk pengolahan data, antara lain:

1. Mengumpulkan Beberapa Literatur yang Sesuai dengan Topik Penulisan
Pada tahap ini, penulis mengumpulkan beberapa literatur yang berhubungan dengan topik yang diangkat. Setelah itu, dijadikan sebagai bahan dalam pembuatan Karya Tulis Ilmiah ini. Penulis mencari literatur di internet berupa jurnal-jurnal, penelitian terdahulu, artikel-artikel ilmiah dan sebagainya.
2. Memeriksa Literatur yang Diperoleh
Setelah beberapa literatur terkumpul, penulis memeriksa dan mengevaluasi kembali bahan-bahan yang dijadikan sebagai literatur Karya Tulis Ilmiah untuk mengetahui kesesuaian dengan topik yang diangkat. Hal ini bertujuan agar memudahkan dalam pengolahan data yang diambil pada tahap selanjutnya.
3. Menyusun Karya Tulis Ilmiah
Setelah mengumpulkan berbagai literatur dan memeriksanya, maka langkah selanjutnya adalah menyusun Karya Tulis Ilmiah. Pada tahap ini, penulis menggunakan pedoman dari literatur yang telah diambil.

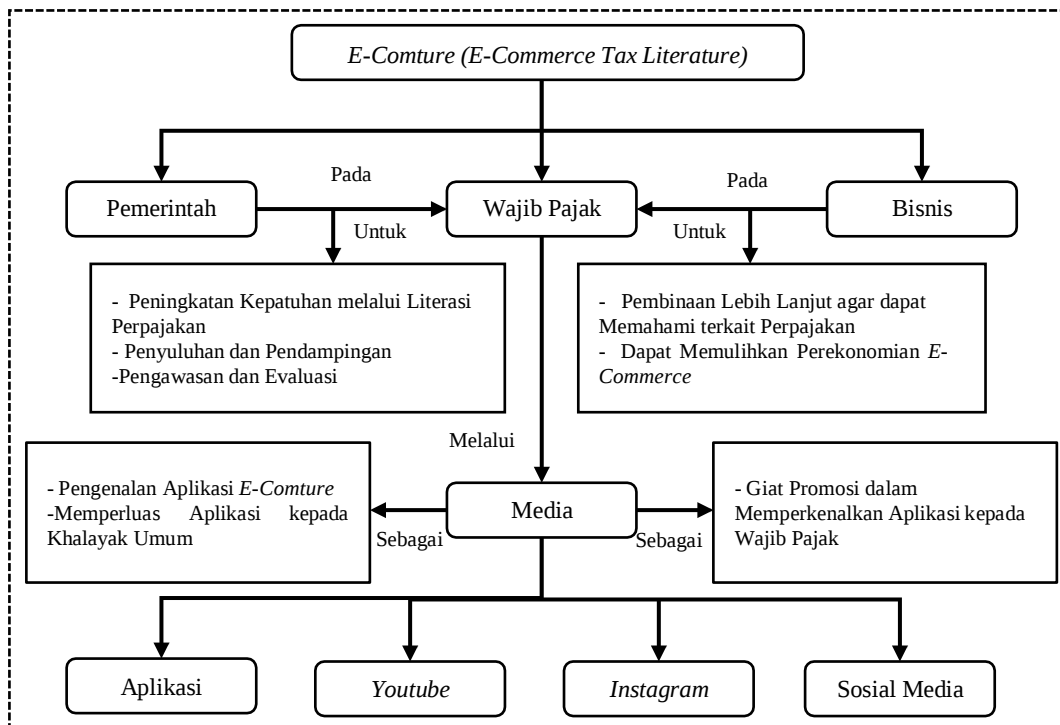


Gambar 2. Pengolahan Data

3.3 Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan kemudian diurai dan dianalisis dengan cara mereduksi data dan penyajian data. Mereduksi data berarti penulis menyortir data dengan cara memilih mana data yang menarik, penting, berguna dan baru. Data yang tidak sesuai topik dihilangkan. Selanjutnya, penyajian data yakni dengan menyajikan data untuk memudahkan perencanaan sesuatu berdasarkan apa yang telah dipahami.

3.4 Kerangka Berpikir



Gambar 3. Kerangka Berpikir

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uraian Hasil Kajian

E-commerce memiliki dua pihak yang saling berkaitan yaitu pedagang atau penyedia jasa serta penyedia *platform marketplace*. Penyedia *platform marketplace* merupakan pihak penyedia sarana yang memiliki fungsi sebagai pasar elektronik dimana pedagang dan penyedia jasa pengguna platform dapat menawarkan barang maupun jasa pada calon pembeli. Dalam hal ini, penyedia *platform marketplace* yang dikenal di Indonesia antara lain Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli dan Bukalapak. Selain perusahaan-perusahaan tersebut, pelaku *over the-top* di bidang transportasi juga tergolong sebagai pihak penyedia *platform marketplace*.

Semakin banyaknya pelaku usaha *e-commerce* ini menyebabkan pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Ada pun pokok-pokok pengaturan dalam Nomor 210/PMK.010/2018 ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang dan Penyedia Jasa yang Berjualan Melalui *Platform Marketplace*
 - a. Memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada pihak penyedia *platform marketplace*.
 - b. Apabila belum memiliki NPWP, pengusaha dapat memilih untuk mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP atau memberitahukan Nomor Induk Kependudukan (NIK) kepada penyedia *platform marketplace*.
 - c. Melaksanakan kewajiban terkait PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku, seperti membayar pajak final dengan tarif 0,5% dari omzet dalam hal omzet tidak melebihi Rp4,8 miliar dalam setahun.
 - d. Dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak dalam hal omzet melebihi Rp4,8 miliar dalam setahun, dan melaksanakan kewajiban terkait PPN sesuai ketentuan yang berlaku.
2. Kewajiban Penyedia *Platform Marketplace*
 - a. Memiliki NPWP dan dikukuhkan sebagai PKP
 - b. Memungut, menyetor, dan melaporkan PPN dan PPh terkait penyediaan layanan *platform marketplace* kepada pedagang dan penyedia jasa

- c. Memungut, menyetor, dan melaporkan PPN dan PPh terkait penjualan barang dagangan milik penyedia *platform marketplace* sendiri
- d. Melaporkan rekapitulasi transaksi yang dilakukan oleh pedagang pengguna *platform*.

3. Bagi E-Commerce di Luar *Platform Marketplace*

Pelaku usaha yang melaksanakan kegiatan perdagangan barang dan 10 jasa melalui *online retail*, *classified ads*, *daily deals*, dan media sosial wajib mematuhi ketentuan terkait PPN, PPnBM, dan PPh sesuai ketentuan yang berlaku.

4.2 Temuan

Edukasi dibutuhkan dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait perpajakan seperti halnya Direktorat Jenderal Pajak. Namun, pada nyatanya dalam memberikan edukasi ini dinilai kurang efektif dikarenakan kurang memanfaatkan media elektronik sesuai perkembangan teknologi saat ini sehingga penyampaian informasi perpajakan tidak sesuai yang diharapkan. Misalnya dalam perubahan peraturan perpajakan yang menyebabkan minimnya pengetahuan perpajakan oleh wajib pajak. Disamping itu, permasalahan lain seperti halnya terjadi ketidaktahuan terkait peraturan perpajakan yang berakibat menimbulkan keluhan. Dari permasalahan tersebut, maka diperlukan solusi seperti akses informasi guna mendukung pertukaran informasi keuangan guna kepentingan pajak. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh Jurnal Ranah Komunikasi menyatakan bahwa salah satu poin penting Direktorat Jenderal Pajak dalam undang-undang akses informasi yaitu meningkatkan perluasan akses bagi otoritas perpajakan. Disamping itu, dapat mendukung pertukaran informasi keuangan. Dalam hal tersebut, diperlukan kepatuhan perpajakan yang dapat mendorong wajib pajak untuk dapat mematuhi peraturan pajak yang berlaku, yang akan memicu wajib pajak untuk mengisi SPT dengan benar, jelas dan lengkap. Selain itu, dalam melakukan perhitungan dengan benar, maka pembayaran dapat dilakukan dengan tepat waktu agar tidak menerima Surat Teguran.

4.3 Ide Pengembangan

Dengan adanya permasalahan yang telah disebut diatas, penulis memberikan solusi kepada wajib pajak khususnya kalangan *e-commerce* agar

meningkatkan kepatuhan terhadap pajak dengan cara meningkatkan literasi akan perpajakan mengusulkan aplikasi digital bernama *e-comture*. *E-comture* merupakan aplikasi digital yang berfokus pada perpajakan yang dapat membantu pengguna untuk memperdalam pengetahuan mengenai perpajakan secara umum maupun pajak *e-commerce*. Sehingga *e-comture* diharapkan dapat menjadi solusi terbaik bagi wajib pajak, pelaku *e-commerce* dan pengguna aplikasi ini. Konsep *e-comture* sendiri didukung oleh pemerintah bersama Direktorat Jenderal Pajak sebagai penghubung dalam memberikan regulasi sekaligus bimbingan dalam meningkatkan literasi ini. Disamping itu, dapat membantu wajib pajak untuk memahami segala peraturan terkait perpajakan dan tarif-tarif sesuai peraturan yang telah ditetapkan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan wajib pajak dalam memahami perpajakan dengan mudah hanya melalui aplikasi sehingga lebih efektif dan efisien.

Dalam pengembangan *e-comture* ini diperlukan tahapan implementasi diantaranya *planning step*, *execution step* dan *feedback step*.

1. Planning Step

Tahap ini merupakan tahap awal berupa perencanaan *e-comture* dengan melakukan survei kepada wajib pajak terhadap tingkat pemahaman dan kesadaran akan perpajakan khususnya *e-commerce*. Selanjutnya, berfokus pada pembuatan aplikasi *e-comture* berupa anggaran yang dibutuhkan, perencanaan mengenai *programmer* atau ahli IT, perancangan aplikasi dan percobaan aplikasi *e-comture*.

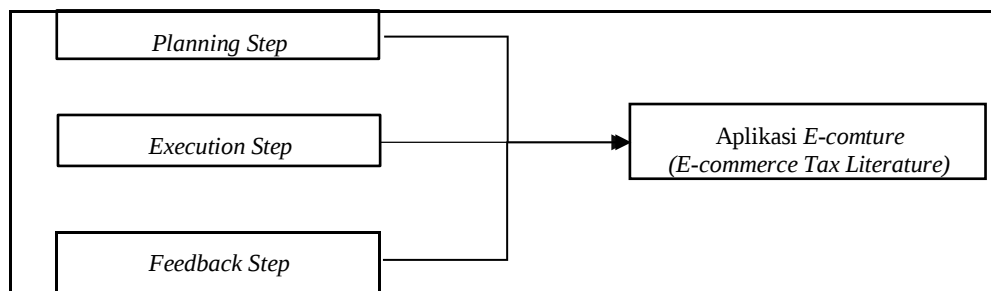
2. Execution Step

Pada tahap ini merupakan tahap lanjutan dari *planning* yang nantinya akan terintegrasi langsung dengan *stakeholder* yang ada agar penggunaan dari aplikasi *e-comture* dapat sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, diperlukan sosialisasi sekaligus pendampingan dalam mencanangkan aplikasi ini kepada wajib pajak yang dapat dilakukan secara *offline* atau *online* agar dapat menunjang penggunaan *e-comture* dengan baik dan memastikan wajib pajak dapat mengakses aplikasi tersebut.

3. Feedback Step

Tahap ini berfokus pada evaluasi sekaligus masukan demi mengoptimalkan aplikasi *e-comture* agar mendapatkan hasil yang diharapkan kepada wajib

pajak untuk senantiasa meningkatkan literasi terkait perpajakan agar dapat meningkatkan kepatuhan dan kesadaran akan pentingnya perpajakan.



Gambar 4. Tahap Implementasi *E-comture*

Aplikasi *e-comture* ini dirancang sedemikian rupa sehingga memudahkan wajib pajak dalam menggunakannya. Selain itu, desain aplikasi memiliki performa sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini, sehingga dapat menarik wajib pajak dalam mempelajari perpajakan baik secara umum maupun perpajakan *e-commerce* lebih rinci lagi sehingga aplikasi ini membuat wajib pajak semakin patuh dan sadar akan pentingnya perpajakan sehingga dapat memulihkan perekonomian Indonesia di era *new normal* seperti saat ini. Berikut merupakan *prototype* yang terdapat dalam aplikasi *e-comture*.

1. Tampilan Awal

Pada tampilan awal, para pengguna diharapkan untuk *login* terlebih dahulu menggunakan *Username* dan *Password* atau *login* melalui *google* agar dapat memudahkan pengguna untuk menikmati segala fitur yang tersedia di *e-comture* ini dan memberikan manfaat lebih. Di samping itu, terdapat pilihan bahasa yang sesuai dengan pengguna inginkan.



Gambar 5. Tampilan Awal *E-Comture*

2. Tampilan Beranda

Tampilan beranda merupakan tampilan awal setelah pengguna berhasil

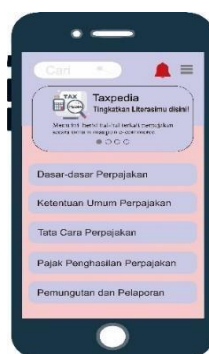
mengakses aplikasi yang menyajikan beberapa fitur unggulan yang dapat diakses oleh pengguna, antara lain *taxpedia*, *taxinfo*, *taxnews* dan *e-commerce*.



Gambar 6. Tampilan Beranda

3. Tampilan Fitur *Taxpedia*

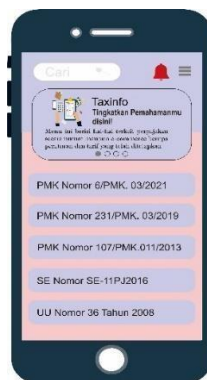
Tampilan fitur *taxpedia* akan disajikan segala informasi mengenai perpajakan secara umum untuk memudahkan para pelaku *e-commerce* dalam memahami perpajakan di Indonesia yang nantinya akan meningkatkan literasi perpajakan serta dapat meningkatkan kepatuhan, kesadaran dan ketaatan perpajakan sehingga dapat membayar pajak tepat waktu tanpa ada unsur paksaan sekalipun. Dalam *taxpedia* akan membahas dasar-dasar perpajakan, ketentuan umum perpajakan, tata cara perpajakan, dan pajak penghasilan. Dalam pajak penghasilan ini akan membahas pajak penghasilan umum, pajak penghasilan final, pajak penghasilan pasal 21, pajak penghasilan pasal 22, pajak penghasilan pasal 23, pajak penghasilan pasal 24, pajak penghasilan pasal 25, dan pajak penghasilan pasal 26. Disamping itu, *taxpedia* akan menyajikan pembahasan yang sangat mudah dipahami dan diharapkan para pengguna tidak merasa kebingungan lagi mengenai perpajakan Indonesia.



Gambar 7. Tampilan Fitur *Taxpedia*

4. Tampilan Fitur *Taxinfo*

Tampilan fitur *taxinfo* merupakan tampilan fitur yang berisi terkait informasi-informasi yang berhubungan dengan peraturan bahkan undang-undang yang berlaku dalam perpajakan Indonesia sehingga nantinya dapat mengetahui tarif pengenaan pajak yang telah ditetapkan.



Gambar 8. Tampilan Fitur *Taxinfo*

5. Tampilan Fitur *Taxnews*

Tampilan fitur *taxnews* merupakan tampilan fitur yang berisi berita terkini bahkan artikel perpajakan yang terjadi baik regional, nasional maupun Internasional. *Taxnews* ini secara langsung akan memberikan manfaat bagi para pengguna untuk mengetahui perkembangan perpajakan Indonesia maupun Internasional sehingga dapat meningkatkan pemahaman terkait perpajakan Indonesia.



Gambar 9. Tampilan Fitur *Taxnews*

6. Tampilan Fitur *E-Commerce*

Tampilan fitur *e-commerce* merupakan tampilan fitur yang menyajikan informasi mengenai perpajakan khususnya *e-commerce* yang semakin memudahkan untuk memahami serta meningkatkan literasi perpajakan *e-commerce*. Dalam tampilan fitur ini akan membahas perpajakan e-

commerce, manfaat perpajakan *e-commerce*, perkembangan perpajakan *e-commerce*, sanksi perpajakan *e-commerce* dan peraturan perpajakan *e-commerce*. Dalam peraturan perpajakan *e-commerce* ini akan diberikan peraturan terbaru dalam mengatur tarif *e-commerce*. Diharapkan adanya tampilan fitur ini dapat memberikan *feedback* positif kepada seluruh pengguna terutama untuk kalangan *e-commerce*.

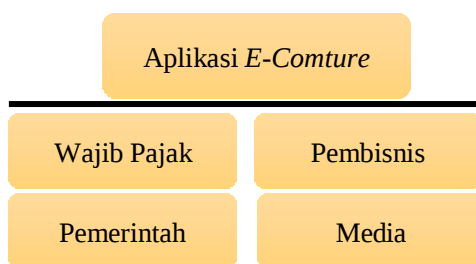


Gambar 10. Tampilan Fitur *E-Commerce*

Dalam *e-compture* ini terdapat langkah kerja yang dapat digunakan sebagai berikut

1. Para pengguna melakukan *login* agar dapat mengakses segala fitur yang terdapat dalam aplikasi ini. Setelah berhasil melakukan *login* maka secara otomatis akan diarahkan pada tampilan beranda.
2. Para pengguna akan menggunakan aplikasi ini sesuai kebutuhan
3. Para pengguna tidak dipungut biaya apapun dalam mengakses *e-compture*.

Dalam pengimplementasiannya, aplikasi *e-compture* akan bekerjasama dengan empat *stakeholder*. Wajib pajak sebagai pendukung sekaligus sasaran dalam meningkatkan kepatuhan perpajakan sehingga aplikasi ini dapat berjalan sesuai yang direncanakan. Pembisnis sebagai pendukung kegiatan bisnis yang berkaitan dengan perkembangan *e-commerce* meningkatkan strategi perpajakan guna meningkatkan kesadaran sekaligus kepatuhan terhadap perpajakan. Pemerintah sebagai pihak yang memegang kekuasaan otoriter dalam memberikan legalitas hukum dalam pelaksanaan *e-compture*. Media sebagai pendukung publikasi agar dapat dikenal oleh seluruh khalayak umum dan memberikan banyak manfaat.



Gambar 11. Stakeholder Terkait

Kerja sama ini dilakukan untuk menyediakan *platform* yang berkualitas dan terpercaya sehingga pengguna tidak khawatir akan kredibilitas aplikasi ini yang nantinya akan dipantau langsung dalam perkembangannya dan kegunaannya. *E-ccomture* memberikan banyak dampak positif terhadap wajib pajak untuk senantiasa taat dan patuh terhadap perpajakan guna memulihkan perekonomian khususnya di era *new normal*. Oleh karena itu, *e-comture* tentunya ikut andil tersendiri dalam proses pengembangan dan edukasi kepada wajib pajak dan milenial untuk senantiasa memahami perpajakan Indonesia.

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak permasalahan terkait perpajakan baik perpajakan secara umum maupun perpajakan *e-commerce* seperti masih kurangnya pengetahuan tentang pajak *e-commerce*, semakin banyak pelaku *e-commerce* dan melemahnya kesadaran pajak bagi wajib pajak. Dengan adanya permasalahan tersebut maka teretus inovasi untuk mengatasi masalah perpajakan dengan salah satu aplikasi digital. Aplikasi ini bernama *E-comture*. *E-comture* merupakan salah satu metode untuk membantu pelumpuhan permasalahan pajak dengan menggunakan aplikasi digital yang akan memudahkan para pengguna *e-commerce*. Terdapat beberapa fitur di dalam *E-comture* antara lain yaitu *taxpedia*, *taxinfo*, *taxnews* dan *e-commerce*. Dengan hadirnya, *e-comture* ini diharapkan dapat membantu masyarakat umum dan kalangan *e-commerce* dalam memperdalam pengetahuan tentang perpajakan, memudahkan untuk memahami serta meningkatkan literasi perpajakan *e-commerce*, mewujudkan ekonomi inklusif di kalangan *e-commerce*, meningkatkan kepatuhan perpajakan dan memberikan *feedback* positif kepada seluruh pengguna terutama untuk kalangan *e-commerce*.

5.2 Saran

Sehubungan dengan penulisan karya tulis ilmiah ini, penulis ingin menyampaikan beberapa saran diantaranya:

1. Perlu adanya kesadaran wajib pajak khususnya milenial untuk mengetahui, menjaga, mempelajari dan memahami terkait perpajakan Indonesia terkait peraturan dan tarif yang berlaku dan telah ditetapkan.
2. Perlu dilakukan kerja sama dengan Direktorat Jenderal Pajak melalui sosialisasi terkait *e-compture*.
3. Pemerintah dan masyarakat agar senantiasa membantu serta mendukung terkait adanya aplikasi *e-compture* ini sebagai upaya mengatasi permasalahan yang terjadi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Juansyah, A., 2019. Rancangan Bangun Aplikasi Edukasi Pajak Sebagai Media Edukasi Perpajakan kepada Masyarakat. *TIPS: Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer Politeknik Sekayu*, Volume 9, pp. 27-38.
- Kalamulloh, N., 2021. *Peluang Pajak E-Commerce dalam Pemulihan Pasca Pandemi*. [Online] Available at: <https://www.pajak.com/pwf/peluang-pajak-e-commerce-dalam-pemulihan-ekonomi-pasca-pandemi/> [Accessed 19 Oktober .2021].
- Kemenkeu.go.id, 2019. *Ini Ketentuan Pajak bagi Pelaku E-Commerce*. [Online] Available at: <https://www.kemenkeu.go.id/pulikasi/berita/ini-ketentuan-pajak-bagi-pelaku-e-commerce/>. [Accessed 19 Oktober 2021].
- Kusumatrisna, A. R. N. d., 2020. *Statistik E-Commerce 2020*. s.l.:Badan Pusat Statistik.
- Negara, I. G. D. R. S., 2019. Strategi dan Media Kehumasan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Perpajakan Lembaga Jasa Keuangan (LJK). *Jurnal Ranah Komunikasi*, Volume 3, pp. 45-54.
- Santosa, D. H., 2018. Efektifitas Iklan sebagai Sarana Memperkuat Sosialisasi Pajak ke Masyarakat. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, pp. 197-214.