

GELIAT *E-COMMERCE* DAN PENERIMAAN PAJAK DIMASA PANDEMI

TENRIWARU¹

AMIRUDDIN

ILMA SAHRANI²

UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA MAKASSAR

ABSTRACT

This study aims to determine tax revenue from the e-commerce sector during this pandemic. Sources of data used in this study consisted of primary data and secondary data. Primary data were obtained from informants who were taxpayers and tax authorities while secondary data were obtained from relevant written media, namely journals and internet sites. The analysis method used is descriptive qualitative. The results showed that the use of e-commerce during this pandemic was very high compared to previous years, but tax revenue itself actually decreased during this pandemic due to the economic downturn that hit various business sectors which had an impact on decreasing tax revenue.

Keywords: *E-commerce, Tax Revenue, Pandemic, Covid-19*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan pajak dari bidang *e-commerce* selama masa pandemi ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder data primer diperoleh dari informan yang merupakan wajib pajak dan fiskus sedangkan data sekunder diperoleh dari media tertulis yang relevan, yakni jurnal dan situs internet. Adapun metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dimasa pandemi ini sangat tinggi dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya, namun penerimaan pajak sendiri justru mengalami penurunan selama pandemi ini dikarenakan kelesuan ekonomi yang melanda berbagai sektor bisnis yang berimbas pada penurunan penerimaan pajak.

Kata-kata Kunci: *E-commerce, Penerimaan Pajak, Pandemi, Covid-19*

¹ Correspondence Author

² E-mail: ilmasyhrni@gmail.com

Article Info:

Received 15 January 2021 | Revised 25 February 2021 | Accepted 29 April 2021

1. PENDAHULUAN

World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa *Coronaviruses* adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut *covid-19*. Virus *corona* menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernapasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernapasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus Corona adalah *zoonotic* yang artinya ditularkan antara hewan dan manusia. Penyebaran virus *Corona* yang telah meluas ke berbagai belahan dunia membawa dampak pada perekonomian Indonesia, baik dari sisi perdagangan, investasi, dan pariwisata (Hanoatubun, 2020).

Ekonomi adalah salah satu faktor penting dalam kehidupan manusia. Dapat dipastikan bahwa dalam keseharian kehidupan selalu berkaitan dengan ekonomi. Keberadaan ekonomi dapat memberikan kesempatan bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti makanan, minuman, pakaian, dan tempat tinggal, dan lain sebagainya. Dampak pandemik *Covid-19* yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. Dampak perekonomian ini tidak hanya dirasakan secara domestik, namun juga terjadi secara global. Di Indonesia berdasarkan data pertanggal 4 Mei 2020, sudah terdapat 11.192 kasus *Covid-19* di Indonesia. Dampak dari *Covid-19* secara langsung sudah terlihat dari PHK besar-besaran, terjadi penutupan beberapa usaha yang berdampak kepada dirumahnya karyawan (Hardilawati, 2020). Jakarta yang padat penduduk dianggap sebagai pusat penyebaran virus corona di dalam negeri, di mana hampir 50% kasus berasal dari ibu kota.

Saat ini sudah banyak korban yang berjatuh akibat pandemik ini. Berbagai kebijakan pun diambil oleh pemerintah, diantaranya *Physical Distancing*. Kebijakan ini mengharuskan masyarakat untuk membatasi interaksi di luar rumah. Dengan adanya pembatasan ini berbagai aktivitas ekonomi pun berguguran. Pemberlakuan *social distancing* yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan ikut berdampak pada tren minat belanja *online* orang Indonesia. iPrice merangkum habit belanja *online* orang Indonesia memanfaatkan *data impression* dan *Google Analytic* selama periode Maret 2020 dan Februari 2020. Riset ini dilakukan dengan melacak minat belanja online orang Indonesia terhadap jumlah produk selama masa *Covid-19*. Instrumen yang dipakai untuk mengetahui ketertarikan konsumen adalah data *impression* di *google analytic*, dan data diambil dengan membandingkan periode 1-29 Februari dan 1-29 Maret 2020.

Minat belanja produk kesehatan secara *online* mengalami peningkatan yang signifikan, *hand sanitizer* atau pembersih tangan yang menjadi produk preventif penyebaran virus dengan daya minat belanja tertinggi yaitu 5.585% diikuti vitamin C dengan peningkatan minat belanja hingga 1.968%. Produk lain yang juga ikut meningkat daya minatnya adalah Dettol hingga 1.395%, dan minat belanja paling tinggi ada pada produk Termometer Lotus dengan rentang harga 1 juta-3 juta. Produk selanjutnya adalah masker mulut dengan dengan peningkatan minat beli hingga 167%. Kenaikan transaksi belanja *online* dilaporkan naik berdasar data riset yang dihimpun *telunjuk.com* sebagai *e-commerce* hub di Indonesia. Pada periode survei yang dilakukan dalam rentang waktu 2 Maret hingga 5 April 2020, total transaksi dari tiga *e-commerce* besar yakni, Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee, ditaksir mencapai Rp. 12,3 miliar dengan 670.755 transaksi.

e-Commerce menciptakan pasar yang nyaris tanpa batas. Namun demikian, tentu tidak mudah menguasai pasar yang melimpah tersebut. Para pelaku usaha dituntut untuk konsisten menghasilkan produk yang memiliki keunggulan dan daya

saing, karena *e-commerce* juga menciptakan persaingan yang sempurna. Pemerintah juga mulai melirik sektor *e-commerce* sebagai salah satu solusi mengatasi defisit pajak akibat pemabtan ekonomi.

2. LANDASAN TEORI

Definisi *E-Commerce*

Pengertian *e-commerce* menurut Kotler & Amstrong (2012) *E-commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Menurut Wong (2010) *e-commerce* adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.

Maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan kumpulan dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen serta komunitas tertentu di mana pertukaran barang antara pengecer dan konsumen dari berbagai komoditi dalam skala luas dan suatu transaksi elektronik, dan dalam proses pengiriman barang dari pengecer menggunakan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain hingga sampai ke tangan konsumen dan hubungan yang terjadi adalah hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Pengaturan Pemungutan Pajak penghasilan Atas Transaksi *E-Commerce*

Pengaturan pemungutan pajak penghasilan atas transaksi *e-commerce* dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tanggal 27 Desember 2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-commerce* adalah sebagai berikut :

a. *Online Marketplace*

- 1) *Online Marketplace* adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa Toko Internet di Mal internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang dan/atau jasa.
- 2) Objek pajaknya adalah penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek Pajak Penghasilan (PPh) yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 21, Pasal 23, atau Pasal 26. Termasuk dalam pengertian media lain untuk penyampaian informasi adalah situs internet yang digunakan untuk mengoperasikan toko, memajang konten (kalimat, grafik, video penjelasan, informasi dan lain-lain) barang dan/atau jasa, dan/atau melakukan penjualan. Imbalan sehubungan jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam situs internet untuk penyampaian informasi dalam contoh proses bisnis *Online Marketplace* ini dapat berupa *Monthly Fixed Fee, Rent Fee, Registration Fee, Fixed Fee, atau Subscription Fee*.
- 3) Subjek pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
- 4) Dengan dasar hukum yaitu Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23 dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.

b. *Classified Ads*

- 1) *Classified Ads* adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada pengguna iklan melalui situs yang disediakan oleh penyelenggara *Classified Ads*.
- 2) Objek pajaknya adalah penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 23, Pasal 21 atau Pasal 26.
- 3) Subjek pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyedia tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
- 4) Dasar hukumnya adalah Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 UU PPh.

c. *Daily Deals*

- 1) *Daily Deals* merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs sebagai tempat menjual barang dan/atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan *voucher* sebagai sarana pembayaran.
- 2) Objek pajaknya adalah penghasilan dari jasa penyediaan tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi merupakan objek PPh yang wajib dilakukan pemotongan PPh Pasal 21, Pasal 23, atau Pasal 26.
- 3) Subjek pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari jasa penyedia tempat dan/atau waktu dalam media lain untuk penyampaian informasi.
- 4) Dasar hukumnya adalah Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 17, Pasal 21, Pasal 23, dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.

d. *Online Retail*

- 1) *Online retail* adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara online retail kepada pembeli di situs *online retail*.
- 2) Objek pajaknya adalah penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek PPh. Apabila penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek pemotongan/pemungutan PPh, maka wajib untuk dilakukan pemotongan/pemungutan PPh.
- 3) Subjek Pajaknya adalah orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa. Penyedia barang dan jasa dalam contoh proses bisnis *Online Retail* adalah penyelenggara *Online Retail*.

Dasar hukumnya adalah Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 15, Pasal 21, Pasal 22, Pasal 23 dan Pasal 26 Undang-Undang PPh.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pajak Pratama Maksassar Utara. Data penelitian diperoleh dari informasi dari wawancara dengan informan penelitian yang berkaitan dengan konten penelitian ini. Penelitian ini melibatkan dua informan, Bapak Ricky Bastoro di mana beliau merupakan bagian dari Seksi Waskon II KPP Pratama Utara, dan Bapak Tjahja Dwi Wurjanto, S.E., M.M. di mana beliau merupakan Kepala Bagian Informasi dan Pengolahan Data pada kantor KPP Pratama Utara, beliau memberi penjelasan mengenai perkembangan penerimaan pajak *e-commerce* dan upaya pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak di masa pandemi.

Jenis data yang digunakan adalah kualitatif, yaitu data yang tidak dapat diukur atau dinilai dengan angka-angka secara langsung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung. Sumber data primer ini diperoleh melalui wawancara secara langsung. Adapun yang menjadi narasumber yaitu data yang diperoleh dari informan praktisi atau akademis *e-commerce*. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara/*interview* kepada informan secara langsung ataupun tidak langsung. Adapun *interview* ini akan dilakukan berdasarkan fokus penelitian peneliti. Sehingga, *interview* yang akan dilaksanakan tidak melebar luas ke seluruh aspek. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari literatur, seperti buku-buku, jurnal, dan website yang menunjang dengan objek penelitian dan berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Koleksi Data

Koleksi data merupakan tahapan dalam proses penelitian yang penting, karena hanya dengan mendapatkan data yang tepat maka proses penelitian akan berlangsung sampai penelitian mendapatkan jawaban dari perumusan masalah yang sudah ditetapkan. Data yang kita cari harus sesuai dengan tujuan penelitian.

Reduksi Data

Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, secara dicari tema dan polanya.

Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberikan kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dengan menggunakan tabel, grafik dan lain sebagainya.

Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Dalam analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

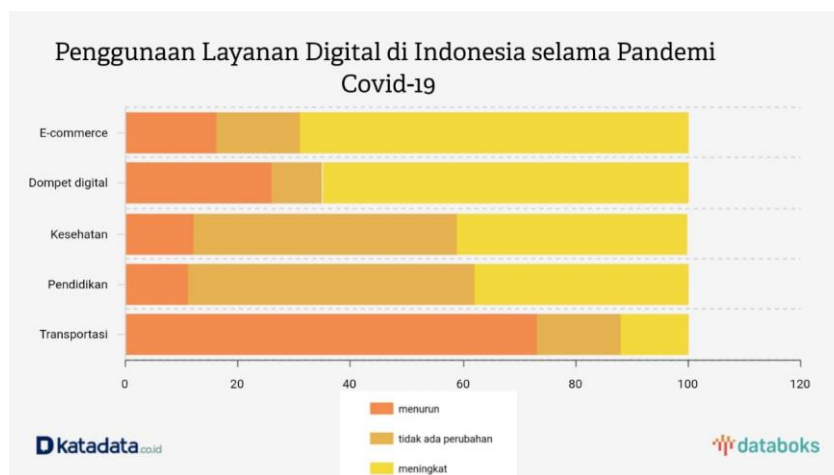
4. HASIL PENELITIAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* di kantor KPP Pratama Makassar Utara tidak menunjukkan hasil yang jelas, karena di kantor KPP Pratama Makassar Utara data untuk *e-commerce* hanya ada sebagian kecil saja walaupun begitu perkembangan *e-commerce* di Indonesia memang mengalami peningkatan di masa pandemi ini dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya, namun penerimaan pajak sendiri justru mengalami penurunan yang disebabkan karena pandemi *Covid-19*. Maka dapat disimpulkan bahwa geliat penerimaan pajak saat ini mendapatkan kebijakan dari pemerintah berupa aturan-aturan baru untuk menghadapi pandemi ini.

Geliat *E-commerce* dimasa Pandemi

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa selama pandemi ini penggunaan *e-commerce* mengalami peningkatan. Alasan utama adalah untuk mengurangi resiko penularan, berbelanja *online* juga menjadi upaya memutus mata rantai penularan *covid-19*. Ini menjadi salah satu alasan mengapa banyak masyarakat lebih memilih berbelanja secara *online*.

Bisa dilihat dari data yang telah didapatkan bahwa penggunaan *e-commerce* meningkat selama masa pandemi. Meski *covid-19* melumpuhkan aktivitas fisik, di sisi lain ini juga membuat penjualan *online* meningkat tajam.



Sumber: RedSeer, 11 Mei 2020

Gambar 1.
Penggunaan digital di Indonesia selama pandemi covid-19

Penggunaan sejumlah layanan digital di Indonesia meningkat selama pandemi *covid-19*, salah satunya *e-commerce*. Sebanyak 69% konsumen jadi lebih sering menggunakan layanan ini untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Penggunaan dompet digital juga naik 65% sebagai alat transaksi pembelian tersebut. Selanjutnya layanan digital di bidang kesehatan dan pendidikan yang mengalami peningkatan, masing-masing sebesar 41% dan 38%. Layanan kesehatan banyak digunakan masyarakat untuk konsultasi terkait virus corona, sementara layanan pendidikan untuk mendampingi kegiatan belajar di rumah. Namun penggunaan layanan transportasi berbasis aplikasi (*ride hailing*) anjlok sampai 73% dikarenakan konsumen semakin jarang memanfaatkan layanan ini lantaran PSBB (Lidwina, 2020).

Penerimaan Pajak atas Transaksi *E-commerce* Dimasa Pandemi

Dalam pernyataannya ke media, Kementerian Perdagangan mengakui bahwa kesulitan untuk menyusun PP *e-commerce* ini adalah mengenai pengenaan pajaknya. Apakah atas transaksi berbasis *e-commerce* ini nantinya akan dikenakan pajak atau tidak. Sementara itu, Ditjen Pajak (DJP) dengan tegas menyatakan bahwa *e-commerce* adalah merupakan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya, tetapi hanya berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan saja. Sehingga perlakuan pajak *e-commerce* sama dengan perlakuan pajak atas perdagangan lainnya, termasuk tidak ada aturan khusus perpajakan yang mengatur transaksi *e-commerce* ini. Saat ini yang menjadi tantangannya adalah bagaimana cara efektif untuk mengenakan pajak atas transaksi *e-commerce* ini. Akan terjadi kondisi di mana transaksi *e-commerce* akan sulit dikenakan pajaknya di antara lain sebagai berikut:

- a. Kondisi pertama adalah tingkat anonimitas tinggi, transaksi *e-commerce* sangat erat dengan penggunaan *user identification* yang susah diidentifikasi baik keaslian, keotentikan dan keberadaannya, dengan adanya anonimitas tersebut biasanya pembeli/penjual mencari referensi pihak ketiga untuk membuktikan geliat atas user-id ini (baik penjual maupun pembeli).
- b. Mudahnya untuk terjun dalam bisnis *e-commerce*, sehingga siapapun itu yang memiliki jaringan internet dapat melakukan transaksi *e-commerce*.

c. Transaksi tanpa batas waktu.

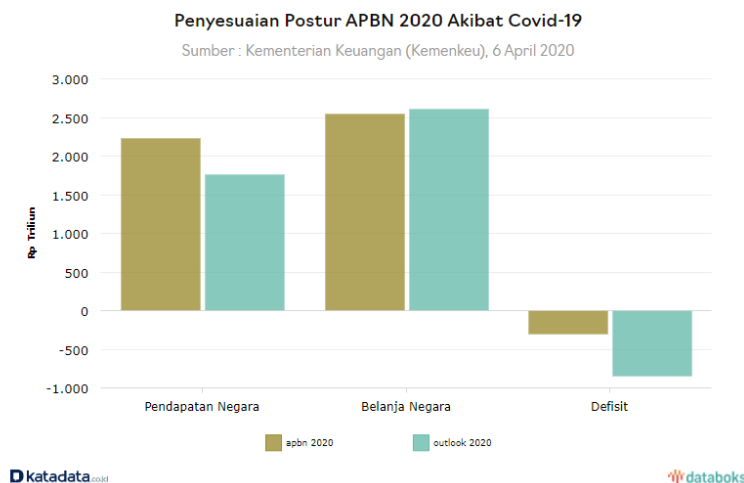
Dengan menggunakan jaringan internet, semua batas wilayah kenegaraan dapat terhubung, sehingga dapat menyulitkan dalam penetapan besaran pungutan pajak yang berlaku di wilayah transaksi.

d. Transaksi data elektronik tidak dapat begitu saja dipercaya. Transaksi *e-commerce* sangat erat dengan pertukaran data elektronik. Data elektronik merupakan data yang tidak dapat begitu saja dipercayai baik isi maupun konten yang terkandung di dalamnya, karena dapat dengan mudah dihapus, direkayasa dan dimanipulasi tanpa ada rekam jejak yang jelas sehingga sulit untuk membuktikan keandalan datanya. Perubahan transaksi dari *offline* menjadi *online* akan sulit dilacak, apabila DJP hanya mengandalkan pada perdagangan secara fisik atau konvensional.

Oleh sebab itu penelitian mengenai Kebijakan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce* perlu dilakukan. Untuk itulah, tantangan sebenarnya dalam mengenakan pajak *transaksi e-commerce* adalah bagaimana membuat aturan khusus yang mampu menangkap potensi pajak atas transaksi *e-commerce* dengan kondisi-kondisi tadi. Oleh sebab itu kementerian keuangan sebaiknya membuat suatu kebijakan/peraturan mengenai prosedur transaksi online yang melibatkan minimal pihak-pihak seperti penjual, konsumen, penjamin keotentikan data penjual dan pembeli, *payment gateway* dan bank pembayaran (Sari, 2020).

Ditambah pandemi *Covid-19* saat ini telah menyebabkan roda perekonomian termasuk di wilayah kerja KPP Pratama Makassar Utara tersendat. Guna mengantisipasi dampak kesehatan, sosial, dan ekonomi yang ditimbulkan pandemi *Covid-19*, pemerintah telah menerbitkan kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional atau PEN. Kebijakan itu tertuang dalam peraturan pemerintah Nomor 23 Tahun 2020 (Tirta, 2020).

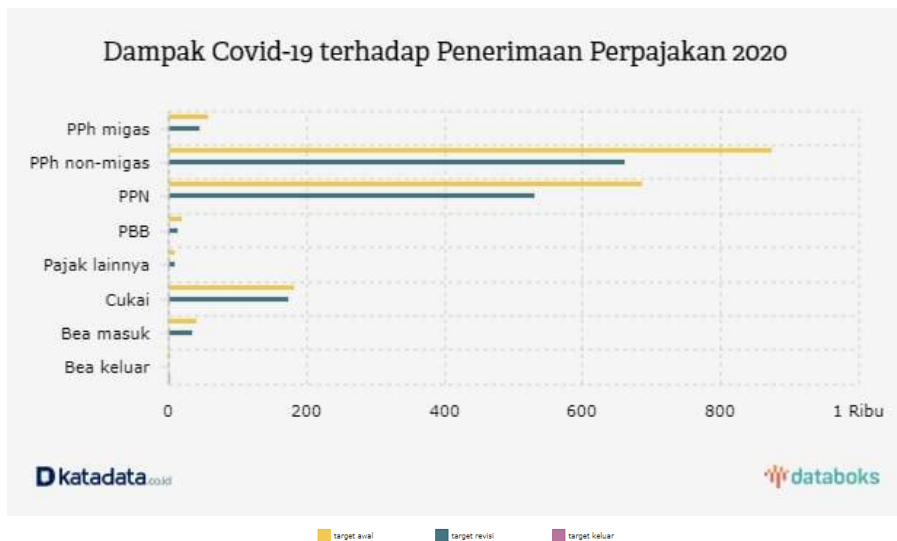
Penerimaan pajak pada kuartal I-2020 tercatat mengalami kontraksi atau minus hingga 2,5%. Adapun beberapa instrumen pajak yang minus setelah digunakan untuk penanganan *Covid-19* adalah PPh Badan dan Pajak dalam ranga Impor (PDRl) terdiri beberapa jenis, yaitu Pajak Penghasilan (PPh) pasal 22 impor, PPh pasal 22 ekspor, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) impor, dan Pajak Penjualan Barang Mewah (PPnBM) (Silalahi, Ginting 2020).



Sumber: (Katadata.co.id, 2020)

Gambar 2.
Imbas Covid-19, Defisit APBN 2020 Melebar 5,07% dari PDB

Apalagi saat ini pemerintah juga bayak mengeluarkan insentif. Pemerintah menyusun ulang alokasi penerimaan negara dalam APBN 2020 karena target APBN diperkirakan sulit tercapai. Penerimaan pajak turun akibat kondisi ekonomi melemah, dukungan insentif pajak dan penurunan tarif PPh (Indonesia, 2020).



Sumber: Katadata.com

Gambar 3.
Revisi Alokasi Penerimaan Perpajakan Tahun 2020

Pemerintah menyusun ulang alokasi penerimaan negara dalam APBN 2020. Pandemi *Covid-19* telah menyebabkan aktivitas perekonomian terganggu. Akibatnya, target APBN diperkirakan sulit tercapai. (Lidwina, 2020).

Upaya yang Dilakukan Pemerintah untuk Mendukung Bisnis *E-commerce* Disektor Perpajakan Selama Masa Pandemi.

Menteri keuangan mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 23 Tahun 2020 (PMK 23 Tahun 2020) tentang insentif pajak untuk wajib pajak terdampak wabah virus *Covid-19*. Pemberian insentif ini sebagai respon dari pemerintah atas menurunnya produktivitas para pelaku usaha karena roda perekonomian wajib pajak yang menurun drastis akibat wabah ini (Silalahi, 2020).

Pemerintah telah merilis Perpres No. 54/2020 sebagai tindak lanjut Perpu No.1/2020 perihal kebijakan keuangan negara dan stabilitas sistem keuangan untuk penanganan *Covid-19*. Selain mengeluarkan pepres tersebut untuk menjaga kestabilan ekonomi wajib pajak akibat pandemi *Covid-19*, pemerintah telah merilis beberapa kebijakan insentif fiskal berupa peraturan Kementerian Keuangan (PMK) sebagai berikut:

1. Dirilisnya PMK Nomor 44/PMK.03/2020 tentang isentif pajak untuk wajib pajak terdampak pandemi *Covid-19* sebagai pengganti PMK 23 adalah adanya perluasan sektor UMKM. Insentif fiskal yang diberikan antara lain insentif PPh Pasal 21.

2. PMK No.28/PMK.03/2020 tentang pemberian fasilitas terhadap barang dan jasa yang diperlakukan dalam rangka penanganan pandemi *Corona Virus Disease 2019*. Tujuannya adalah untuk mendukung ketersediaan obat-obat, alat kesehatan, dan alat pendukung lainnya, untuk penanganan *Covid-19*.
3. PMK No.143/PMK.03/2020 Pemberian Fasilitas Pajak terhadap Barang dan Jasa yang Diperlukan dalam rangka Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease 2019* dan Perpanjangan Pemberlakuan Fasilitas Pajak Penghasilan Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2020 tentang Fasilitas Pajak Penghasilan Dalam Rangka Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
4. PMK No.110/PMK.03/2020 Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi *Corona Virus Disease 2019*.
5. PMK No.86/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi *Corona Virus Disease 2019*.
6. Perpu No.01 Tahun 2020 Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan Untuk Perdagangan Pandemi *COVID-19* Dan/Atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan.

Dengan adanya peraturan pajak yang dikeluarkan pemerintah maka dapat disimpulkan bahwa sudah tidak ada lagi masalah mengenai pajak saat ini. Yang menjadi kendala adalah bisnis masyarakat yang semakin menurun selama kemunculan pandemi dan itulah yang berdampak pada penurunan pendapatan. Dengan adanya kendala tersebut pemerintah mengakomodasikan aturan pajak khusus untuk menghadapi pandemi ini, jadi geliat pajak selama pandemi ini mendapatkan kebijakan dari pemerintah dengan adanya peraturan-peraturan pajak yang baru selama pandemi ini.

5. KESIMPULAN

Bisnis *e-commerce* juga menjadi kebutuhan utama publik dalam bertransaksi di masa pandemi ini, mengingat masyarakat takut berbelanja secara langsung sehingga untuk pembelian beberapa kebutuhan dilakukan secara *online* melalui *platform-platform e-commerce*. Masyarakat semakin menghindari tempat umum dan toko ritel *offline*, sehingga penjualan *online* untuk beberapa sektor meningkat. Dilansir dari *neilpatel.com*, *conversion* untuk sektor makanan, kesehatan, dan farmasi meningkat signifikan.

Pajak Penghasilan dan Pajak Pertambahan Nilai dapat dikenakan terhadap *e-commerce* di Indonesia dan sangat berpotensi dalam meningkatkan pendapatan negara. Peningkatan yang signifikan selama masa pandemi tentunya akan menjadi awal bagi perkembangan bisnis online di masa yang akan datang dan berpotensi meningkatkan penerimaan negara dari sektor perpajakan

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114-123.
- Hanafie, H. (2016). Dampak E-commerce atas Penerimaan Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Makassar Selatan. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 13(4).
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146-153.
- Lomanto, C. N., & Mangoting, Y. (2013). Perlakuan PPN atas Transaksi E-commerce. *Tax & Accounting Review*, 3(2), 93.
- Munthe, D. T. (2020). PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PENERIMAAN PAJAK. *JURNAL PERPAJAKAN*, 1(2), 182-190.
- Narimawati, U. (2011). Penulisan Karya Ilmiah, Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM. Bekasi. *Genesis*.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64.
- Sari, D. (2020). Fenomena Ekonomi Dan Perdagangan Indonesia Di Masa Pandemi Corona Virus Disease-19 (Covid-19). *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 5(1), 81-93.
- Sari, R. P. (2018). Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce. *Akuntabel*, 15(1), 67-72.
- Sutrisna, I. P. G. (2020). Gerakan literasi digital pada masa pandemi covid-19. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Seni*, 8(2), 269-283.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153.
- Yunus, N. R., & Rezki, A. (2020). Kebijakan pemberlakuan lock down sebagaiantisipasi penyebaran corona virus Covid-19. *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(3), 227-238.