



Munich Personal RePEc Archive

Exploring The Potentials Income From Digital Economy in Indonesia

Ngasuko, Tri Achya

15 January 2019

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/98265/>

MPRA Paper No. 98265, posted 22 Jan 2020 14:17 UTC

Exploring The Potentials Income From Digital Economy in Indonesia[¶]

Tri Achya Ngasuko ^α

^α Center for Financial Sector Policy, Fiscal Policy Agency, Ministry of Finance
Jakarta 10710, Indonesia

Correspondence

Tri Achya Ngasuko
Center for Financial Sector Policy, Fiscal Policy Agency, Ministry of Finance,
Jakarta 10710, Indonesia

Email:

ngasuko@gmail.com

The latest Susenas survey in 2018 states that urban residents over the age of five years and overuse the internet more. In 2018, urban internet users were 70%, and the remaining 30% are in rural areas. However, the 2017 Susenas survey stated that internet users in rural areas are still 28%. Thus, the use of the internet by rural communities also increased from the previous period, and rural communities began to utilize the internet in their daily lives. It turns out that the use of the internet will also drive the economy so that there is economic potential, and ultimately there is potential for state revenue, such as taxes. This short-paper tries to see if the Indonesian government can succeed in collecting taxes from economic activities in cyberspace. By using library research methods, this paper reveals that it turns out that Great Britain is the first country to tax Google successfully. However, the amount paid was relatively small, which was around 20.4 million pounds in 2013, whereas the value of sales made by Google at that time reached 3.8 billion pounds. In 2015, Indonesia finally became the fourth country to succeed in getting taxes from Google besides the UK, India, and Australia. However, the amount of tax revenue is not stated. The findings of this short-paper are as a first step to explore further the potential of state revenue from digital economic activities.

Keywords: *digital economy, state income, susenas 2018, Indonesia*

JEL Code: H20, H26, G28

[¶] Most of the contents of this article have been published in the *Warta Fiskal 1st Edition, 2019* with the same title.

Menggali Potensi Penerimaan Negara Dari Digital Ekonomi[¶]

Tri Achya Ngasuko ^α

^α Pusat Kebijakan Sektor Keuangan, Badan Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan Jakarta 10710, Indonesia

Korespondensi

Tri Achya Ngasuko

Pusat Kebijakan Sektor Keuangan, Badan Kebijakan Fiskal, Kementerian Keuangan Jakarta 10710, Indonesia

Email:

ngasuko@gmail.com

Survei Susenas terbaru pada tahun 2018 menyatakan bahwa penduduk perkotaan berusia di atas 5 tahun dan lebih sering menggunakan internet. Pada tahun 2018, pengguna internet perkotaan adalah 70%, dan 30% sisanya berada di daerah pedesaan. Namun, survei Susenas 2017 menyatakan bahwa pengguna internet di pedesaan masih 28%. Dengan demikian, penggunaan internet oleh masyarakat pedesaan juga meningkat dari periode sebelumnya, dan masyarakat pedesaan mulai memanfaatkan internet dalam kehidupan sehari-hari mereka. Ternyata penggunaan internet juga akan menggerakkan perekonomian sehingga ada potensi ekonomi, dan akhirnya ada potensi penerimaan negara, seperti pajak. Penelitian singkat ini mencoba melihat apakah Pemerintah Indonesia dapat berhasil memungut pajak dari kegiatan ekonomi di dunia maya. Dengan menggunakan metode penelitian perpustakaan, penelitian singkat ini mengungkapkan bahwa ternyata Inggris adalah negara pertama yang berhasil pajak Google. Namun, jumlah yang dibayarkan relatif kecil, yaitu sekitar 20,4 juta pound pada 2013, sedangkan nilai penjualan yang dilakukan Google saat itu mencapai 3,8 miliar pound. Pada 2015, Indonesia akhirnya menjadi negara keempat yang berhasil mendapatkan pajak dari Google selain Inggris, India, dan Australia. Namun, jumlah penerimaan pajak tidak disebutkan. Temuan dari penelitian singkat ini adalah sebagai langkah pertama untuk mengeksplorasi lebih lanjut potensi penerimaan negara dari kegiatan ekonomi digital.

Kata kunci: ekonomi digital, pendapatan negara, Susenas 2018, Indonesia

Kode JEL: H20, H26, G28

[¶] Sebagian besar isi artikel ini telah diterbitkan dalam *Warta Fiskal Edisi 1 Tahun 2019* dengan judul yang sama.

I. PENDAHULUAN

Hari ini, kita mungkin tidak bisa lepas dari internet. Siapapun bisa dan dengan mudah menggunakannya. Baik untuk bermedia sosial, bertukar pesan, mencari informasi, belanja online, belajar, bahkan mencari jodoh. Untuk yang lebih advance, trading saham pun bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun menggunakan telepon seluler. Singkatnya, hampir semua kegiatan yang dapat dilakukan di dunia maya bisa dilakukan dalam genggamannya. Hal ini dipermudah dengan makin masifnya berbagai merk telepon pintar yang semakin canggih dengan dibekali hardware yang mumpuni dengan harga yang terjangkau. Dan, kecenderungan manusia sekarang adalah rela dompet ketinggalan asalkan HP tidak ketinggalan. Lucu memang, tapi memang demikianlah realitanya. Karena pada dasarnya mereka tidak mau untuk tidak terhubung dengan dunia maya setiap saat, dan pada akhirnya uang dalam dompet pun sudah tergantikan dengan adanya berbagai aplikasi e-wallet yang terinstal di handheld nya.

Paling tidak itulah yang terjadi, khususnya di perkotaan. Survey Susenas terkini tahun 2018 menyatakan bahwa penduduk perkotaan di atas usia 5 tahun ke atas lebih banyak menggunakan internet. Secara prosentase, pada tahun 2018 pengguna internet di perkotaan adalah 70% dan sisanya sebanyak 30% adalah di pedesaan. Namun, pada survei Susenas tahun 2017 menyatakan bahwa pengguna internet di pedesaan masih 28%. Dengan demikian, penggunaan internet oleh masyarakat di pedesaan pun meningkat dari periode sebelumnya dan masyarakat pedesaan mulai memanfaatkan internet dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini besar kemungkinan juga disebabkan oleh telah mulai aktifnya proyek Palapa Ring dari Kementerian Komunikasi dan Informatika dimana proyek tersebut dimaksudkan untuk menghubungkan dan menjangkau 440 kota/kabupaten di seluruh Indonesia.

Pertumbuhan pengguna internet yang terus bertambah juga mendorong berbagai sektor untuk tumbuh. Salah satu sektor yang diperkirakan tumbuh adalah sektor jasa keuangan. Nota Keuangan APBN 2019 menyatakan bahwa sektor jasa keuangan diperkirakan tumbuh sebesar 7,9%. Hal ini sejalan dengan aktivitas investasi dan pengembangan teknologi finansial yang didukung oleh perbankan nasional. Bagaimana tidak, aktivitas transaksi di dunia maya, misalnya jual beli online, akan mendorong seseorang yang sebelumnya tidak mengenal dunia perbankan. Penjual ataupun pembeli di dunia maya yang sebelumnya sama sekali tidak mengenal produk perbankan mau tidak mau membutuhkan bank sebagai sarana sistem pembayaran. Di sinilah ternyata internet turut mendorong peningkatan level keuangan inklusif di Indonesia. Di sisi lain, perbankan juga tidak mau ketinggalan memberikan pelayanan terbaik dalam memberikan pengalaman baru dalam kemudahan bertransaksi di

era digital. Persaingan ini ternyata tidak hanya terjadi antar bank namun juga antara perbankan dengan penyedia transaksi keuangan non-bank. Sebagai tambahan informasi, kampanye Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dari Bank Indonesia pada 14 Agustus 2014 turut serta mendorong perbankan untuk berbenah lebih lanjut. GNNT bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (Less Cash Society/LCS).

Pada akhirnya, akan tercipta suatu komunitas dan ekosistem baru di dunia digital yang merupakan potensi ekonomi baru yang akan mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat di masa yang akan datang, termasuk potensi pendapatan negara dari aktivitas ekonomi di dalamnya.

Penelitian singkat ini bertujuan untuk melihat apakah Pemerintah Indonesia mempunyai peluang untuk berhasil memungut pajak dari kegiatan ekonomi di dunia maya.

II. METODE

Penulisan artikel singkat ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan menggunakan data-data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan berupa penelitian, peraturan perundang-undangan, dan artikel yang terkait dengan pembahasan ini. Kami juga menggunakan sedikit dari data dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Tahun 2017 dan 2018 sebagai pelengkap.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Penerimaan Negara di Dunia Digital

Menteri Komunikasi dan Informasi, Rudiantara, dalam laman situs bbc pada 2018 mengatakan bahwa pada 2020 nanti, nilai dari ekonomi digital Indonesia akan mencapai sekitar US\$130 miliar, atau kurang lebih 11% dari produk domestik bruto. Tentunya ini akan kita nantikan bersama menjadi kenyataan dan mendorong semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat Indonesia, salah satunya melalui potensi penerimaan pajak di dalamnya. Inovasi dan perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mentransformasi struktur ekonomi dan bisnis yang berpotensi menyulitkan Pemerintah dalam menghimpun pendapatan negara.

Aktivitas ekonomi dari dunia digital yang paling terlihat adalah adanya transaksi jual beli memanfaatkan internet. Seperti halnya di dunia nyata, pembeli dan penjual pun akan dipertemukan dalam suatu pasar, di dunia maya kita biasa sebut sebagai market place.

Terbentuknya market place tersebut sesuai dengan karakteristik masing-masing pelaku pasar. Para pelaku dalam market place pastinya akan mendapatkan penghasilan berdasarkan aktivitasnya di pasar, sebagaimana di pasar konvensional. Lain halnya dengan penjualan konvensional secara offline yang masih memungkinkan digunakan uang fisik dalam transaksinya, pada transaksi penjualan dan pembelian online semua transaksi pembayaran digunakan melalui perbankan. Transaksi ini terekam dengan relatif baik dan dapat ditelusuri jejaknya. Transaksi keuangan ini tentunya akan membuat suatu peluang bagi negara untuk meningkatkan pajak. Apabila tingkat pendapatan seorang pelaku e-commerce sudah mencapai level tertentu, maka seseorang pelaku pasar tersebut sudah memenuhi persyaratan sebagai seorang wajib pajak yang akan dikenakan Pertambahan Nilai.

Berkembangnya e-commerce menjadikan pertanyaan bagaimana pengenaan pajak atas para pelaku di dalamnya. Pada dasarnya, Direktorat Jenderal Pajak menggarisbawahi bahwa para pelaku e-commerce tetap dikenakan pajak sebagaimana usaha konvensional offline lainnya. Hal ini diperjelas dengan Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan E-Commerce dan Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi E-Commerce. Seperti sudah kita ketahui bersama, suatu surat Edaran memang tidak termasuk dalam hierarki peraturan perundang-undangan negara, melainkan hanya suatu bentuk pemberitahuan ataupun penegasan atas peraturan yang sudah ada sebelumnya.

Dukungan pemerintah untuk meningkatkan potensi perpajakan dari sektor e-commerce tidak berhenti sampai disitu. Pada tanggal 31 Desember 2018, Menteri Keuangan mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan untuk mengatur lebih lanjut tentang aktivitas e-commerce ini. Peraturan tersebut adalah PMK Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce). Peraturan ini akan efektif berlaku pada 1 April 2019 nanti. Seperti halnya dalam surat edaran sebelumnya, dalam peraturan ini Pemerintah tidak menetapkan jenis atau tarif pajak baru bagi pelaku e-commerce. Namun demikian, peraturan ini mengatur tentang tata cara dan prosedur pemajakan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kemudahan administrasi dan mendorong kepatuhan perpajakan para pelaku e-commerce. Pelaku e-commerce disini tidak hanya para pedagang di dalam suatu market place, tapi juga pemilik dari market place itu sendiri. Satu hal yang menggembirakan adalah kini para pelaku didorong untuk memiliki NPWP. Tentunya ini akan semakin meningkatkan kuantitas subjek pajak di Indonesia.

Namun demikian, PMK tersebut sepertinya masih belum menyelesaikan tentang masalah tentang potensi pajak atas penyedia jasa Over The Top (OTT). OTT menurut

wikipedia adalah layanan dengan konten berupa data, informasi atau multimedia yang berjalan melalui jaringan internet. Contoh dari OTT adalah Google, Facebook, Dan Twitter. Indonesia sebagai salah satu pengguna internet terbesar di dunia merupakan salah satu pangsa terbesar mereka. Mereka pun mampu mengolah itu semua untuk mendapatkan keuntungan yang besar, salah satunya dari iklan. Dengan demikian, pantaslah mereka berpotensi menjadi salah satu subjek pajak di Indonesia. Menurut Katadata (2016) dalam Syabani (2016), perusahaan OTT seperti Google hanya membayar pajak penghasilan pasal 21 dan 23 yang ditanggung oleh karyawan, dan bukan merupakan pajak perusahaan.

Inggris merupakan negara pertama yang berhasil mengenakan pajak kepada Google. Namun, jumlah yang dibayar relatif kecil, yaitu sekitar 20,4 juta poundsterling pada tahun 2013 padahal nilai penjualan yang dilakukan Google pada saat itu mencapai 3,8 miliar poundsterling. Pada tahun 2015, Indonesia akhirnya menjadi negara ke empat yang berhasil mendapatkan pajak dari Google selain Inggris, India dan Australia. Namun, jumlah penerimaan pajak tidak disebutkan. Selain Google, DJP berencana mengejar pajak dari perusahaan-perusahaan sejenis di Indonesia. Potensi pajak dari layanan OTT tidak main-main. Dalam suatu laman situs CNN pada tahun 2016 menyebutkan bahwa terdapat sebuah studi dari Google dan Temasek yang menyatakan bahwa pasar iklan digital di Indonesia mampu menghasilkan US \$300 juta di tahun 2015. Itu merupakan hasil penelitian tahun 2015, di tahun 2019 ini dipastikan nilainya meningkat.

Tantangan Lain di Era Digital

Bisnis digital yang memanfaatkan internet merupakan salah satu masa depan Indonesia. Maka tidak heran Pemerintah menaruh perhatian yang serius dalam bidang ini. Dilengkapi dengan infrastruktur berupa jalan dan jembatan serta pelabuhan, sinergi dengan internet akan menghasilkan hal yang luar biasa bagi masyarakat Indonesia. Ini semua bukannya tanpa tantangan bagi Pemerintah. Seiring dengan era digitalisasi yang menghinggapi berbagai sektor, Pemerintah juga harus mengalokasikan perhatian pada sektor tenaga kerja. Perkembangan teknologi dapat menjadi ancaman bagi tenaga kerja Indonesia. Revolusi teknologi saat ini yang identik dengan digitalisasi, otomatisasi, dan kecerdasan buatan berpotensi mengancam menggantikan tenaga manusia dengan mesin. Maka dari itu Pemerintah juga harus mendorong tenaga kerja untuk mampu beradaptasi dengan teknologi. Di sisi lain, Pemerintah juga harus menyiapkan tenaga pendidik yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan dunia digital. Mungkin, pendidikan vokasi merupakan wahana yang tepat untuk mengatasi problem ini. Rasanya sudah tepat bahwa tagline APBN kita di

tahun 2019 ini adalah APBN untuk mendorong Investasi dan daya saing melalui sumber daya manusia.

Tantangan selanjutnya adalah perlindungan konsumen. Semakin terintegrasinya perdagangan global, khususnya di kawasan regional. Akan tercipta suatu aliran barang dan uang yang semakin banyak diantara negara-negara tersebut. Kecepatan dan kenyamanan bertransaksi sepertinya menjadi pertimbangan serius dari masyarakat untuk memilih bank yang akan digunakan dalam transaksi pembayaran. Maka dari itu antar bank pun saling bersaing untuk memperebutkan nasabah untuk dilayani, karena mereka merupakan sasaran bisnis mereka. Namun, kehadiran teknologi informasi menyebabkan bank juga pada akhirnya bersaing dengan perusahaan teknologi informasi yang bergerak di bidang sistem pembayaran. Persaingan diantara bank maupun perusahaan teknologi informasi tidak boleh mengorbankan faktor perlindungan konsumen kepada para nasabahnya.

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian singkat ini mengungkapkan bahwa ternyata Inggris adalah negara pertama yang berhasil pajak Google. Namun, jumlah yang dibayarkan relatif kecil, yaitu sekitar 20,4 juta pound pada 2013, sedangkan nilai penjualan yang dilakukan Google saat itu mencapai 3,8 miliar pound. Pada 2015, Indonesia akhirnya menjadi negara keempat yang berhasil mendapatkan pajak dari Google selain Inggris, India, dan Australia. Namun, jumlah penerimaan pajak tidak disebutkan. Temuan dari penelitian singkat ini adalah sebagai langkah pertama untuk mengeksplorasi lebih lanjut potensi penerimaan negara dari kegiatan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel dari Jurnal

Syabani, Apri. (2016). Review Ketentuan Perpajakan E-Commerce di Indonesia. *Menggali Potensi Penerimaan Negara di tengah Lesunya Ekonomi Global*. Nagamedia Press. ISBN: 978-602-1379-38-7

PMK Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce)

Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan E-Commerce

Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi E-Commerce

Susenas 2017 dan Susenas 2018

Artikel dari Web

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171130155839-532-259271/google-akhirnya-bayar-pajak-sesuai-aturan-indonesia>

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20160919200818-78-159499/total-tagihan-pajak-google-diperkirakan-rp52-triliun>

<https://www.bbc.com/indonesia/majalah-43058059>