

IMPLEMENTASI PERHITUNGAN PAJAK PENGHASILAN PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK (PMSE) DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENGHASILAN USAHA E-COMMERCE (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN DI KABUPATEN KEDIRI)

Septiana Dinar Wahyuni¹, Ninik Anggraini², Khasanah Sahara³
^{1),2),3)} Universitas Islam Kediri, Jl. Sersan Suhardadi No. 38 Manisrenggo Kota Kediri, Jawa Timur
ddinardinar28@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 30/06/2024

Tanggal Revisi : 04/07/2024

Tanggal Diterima : 10/07/2024

Abstract

The purpose of this study is to determine the implementation of the calculation of income tax for Trading Through Electronic Systems (PMSE) and its effect on e-commerce business income. The data used in this study from May 2023 to April 2024 with a Quantitative Descriptive approach. The results of this study obtained that the company has not calculated the tax on Trading Through Electronic Systems (PMSE), the result of the application of this calculation is that there is a difference in net income received by the company before implementing PP No. 55 of 2022 with after implementing P No. 55 of 2022. The net income received by the company before the application of PP No. 55 Year 2022 amounted to Rp 3,467,824,577. After the application of PP No. 55 of 2022 amounted to IDR 3,445,425,016, but this calculation has not been recalculated using the Kortek application.

Keywords: *Income Tax, E-Commerce, Business Income*

Abstrak

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi perhitungan pajak penghasilan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan pengaruhnya terhadap penghasilan usaha *e-commerce*. Data yang digunakan dalam penelitian ini pada bulan Mei 2023 hingga April 2024 dengan pendekatan Deskriptif Kuantitatif. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa perusahaan belum melakukan perhitungan pajak Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), akibat dari penerapan perhitungan ini adalah terdapat perbedaan penghasilan bersih yang diterima oleh perusahaan sebelum menerapkan PP No 55 Tahun 2022 dengan setelah melakukan penerapan PP No 55 Tahun 2022. Penghasilan bersih yang diterima oleh perusahaan sebelum penerapan PP No 55 Tahun 2022 sebesar Rp 3.467.824.577. Setelah penerapan PP No 55 Tahun 2022 sebesar Rp 3.445.425.016, namun perhitungan ini belum dilakukan perhitungan kembali dengan menggunakan aplikasi Kortek.

Kata Kunci: *Pajak Penghasilan, E-Commerce, Penghasilan Usaha*

PENDAHULUAN

Digitalisasi tidak hanya memberikan pengaruh terhadap interaksi sosial namun juga berpengaruh terhadap pola bisnis. Hadirnya digitalisasi telah menghadirkan inovasi baru dalam model bisnis dimana perusahaan dapat melakukan usaha di negara lain tanpa memerlukan kehadiran fisik [1]. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap kebijakan perpajakan yang ada di Indonesia. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 angka 1 mendefinisikan pajak sebagai kontribusi wajib yang terutang oleh orang pribadi atau badan kepada negara, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung, memiliki sifat memaksa berdasarkan undang-undang, dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat [2].

Terkait dengan berkembangnya digitalisasi menimbulkan tantangan baru bagi para pembuat kebijakan, yaitu terkait cara melakukan pemajakan atas Pajak Pertambahan Nilai (PPN) maupun Pajak Penghasilan (PPH). Adanya *trend* positif dalam digitalisasi ini akan meningkatkan jumlah potensi penerimaan pajak di Indonesia. Potensi penerimaan pajak di Indonesia dipengaruhi oleh kesadaran wajib pajak. Hal ini disebabkan karena dalam memungut pajak, Indonesia menggunakan *self assessment system*. *Self assessment system* merupakan sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang terhadap Wajib Pajak untuk menghitung dan

melaporkan sendiri besarnya pajak yang terutang. Pajak terdiri atas pajak pusat dan pajak daerah. Adapun salah satu jenis pajak pusat adalah Pajak Penghasilan (PPH).

Pajak Penghasilan (PPH) merupakan pajak yang dikenakan oleh pemerintah terhadap pendapatan yang diterima oleh individu atau badan, baik dalam bentuk gaji, keuntungan usaha, hadiah, honorarium atau sumber pendapatan lainnya baik dari dalam maupun luar negeri. Secara singkat Pajak Penghasilan (PPH) dapat diartikan sebagai pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atas penghasilan yang diperoleh dalam suatu tahun pajak. Berkembangnya *trend* saat ini yaitu dengan meningkatnya jumlah pengguna *e-commerce*, pemerintah telah mengatur aturan terkait *e-commerce* dalam beberapa kajian hukum. Diantaranya tercantum pada Undang-Undang (UU) No.7 tahun 2014 tentang perdagangan [3], yang menjelaskan kepastian hukum serta kesepahaman mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan konsumen dalam melakukan kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) [4], mendefinisikan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) sebagai perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik atau yang lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*.

Menindaklanjuti hal tersebut Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018 [5], tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, sebelumnya mengenai peraturan perpajakan *e-commerce* juga telah dijelaskan oleh pemerintah melalui Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *e-commerce* [6], dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi *e-commerce* [7]. Peraturan tersebut terdiri dari Pajak Penghasilan (PPH) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi *e-commerce* yang meliputi Pajak atas proses bisnis, jasa penyediaan tempat dan/atau waktu (*online marketplace*), pajak atas proses bisnis penyetoran hasil penjualan kepada *online marketplace merchant* oleh penyelenggara *online marketplace (daily deals)* dan pajak *online retail* [8]. Namun, pada akhir Maret 2019 pemerintah mencabut dan menyatakan tidak berlakunya PMK No 210/PMK.010/2018 [5] ini dengan dikeluarkannya PMK No 31.PMK.010/2019 [9], tentang Pencabutan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) dengan alasan aturan ini disalah artikan masyarakat serta pelaku usaha karena mengira pemerintah membebaskan pajak baru bagi pelaku *e-commerce*, padahal sebenarnya tidak ada pengenaan pajak baru [10]. Oleh sebab itu, pengenaan Pajak Penghasilan (PPH) atas penjualan *e-commerce* dikenakan dengan berdasarkan ketentuan sebelumnya yakni dikenakan perlakuan perpajakan sama dengan perdagangan *offline* atau UMKM [11], namun tidak sedikit pelaku usaha dibidang *e-commerce* yang masih belum mengetahui mengenai kebijakan pengenaan pajak penghasilan terhadap pelaku usaha *online*.

Pelaku usaha *online* memiliki peranan penting dalam peningkatan penerimaan perpajakan negara. Diharapkan dengan para pelaku usaha *e-commerce* mengetahui kewajiban yang harus dilaksanakan dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya, dapat mendorong peningkatan penerimaan perpajakan negara. Hal ini tentu saja dengan didasari pengetahuan kewajiban yang ada, yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha *e-commerce*. Nantinya akibat dari pelaksanaan kewajiban perpajakan, tentunya akan berdampak pada penghasilan.

Penghasilan merupakan total pendapatan yang diperoleh oleh suatu pelaku usaha dari kegiatan operasionalnya. Penghasilan dapat diartikan juga sebagai tambahan kemampuan ekonomis yang diterima, yang dapat menambah kekayaan yang diperoleh dari penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas. Penghasilan ini berasal dari penjualan barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Dalam konteks *e-commerce* atau perdagangan elektronik, penghasilan usaha dapat mencakup pendapatan dari penjualan produk atau layanan melalui *platform online*. Penghasilan usaha bukan hanya mengenai jumlah uang yang diterima dari penjualan, namun juga dapat melibatkan beberapa hal lainnya seperti diskon atau potongan harga, biaya pengiriman, dan biaya pengemasan. Selain itu, perusahaan juga harus memperhitungkan pengeluaran dan biaya operasional untuk menghitung laba bersih yang diperolehnya. Penghasilan usaha menjadi dasar perhitungan dari Pajak Penghasilan (PPH). Oleh karena itu, pencatatan dan pelaporan penghasilan usaha yang akurat sangat penting untuk kepatuhan perpajakan dan manajemen keuangan perusahaan dalam hal ini perusahaan yang memanfaatkan situs *e-commerce*.

E-commerce merupakan bentuk transaksi perdagangan dengan menggunakan media internet sebagai perantaranya. Saat ini semakin lama, masyarakat semakin bergantung dengan dunia *e-commerce*. Beberapa kemudahan telah ditawarkan oleh *e-commerce* seperti kemudahan dalam berbelanja, harga yang murah, hingga

perlindungan dalam transaksi. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna. Daya tarik tersebutlah menyebabkan pesatnya perkembangan yang terjadi pada *e-commerce* di Indonesia. Lima situs *e-commerce* di Indonesia kategori *marketplace* dengan pengunjung terbanyak pada Kuartal III 2023 menurut data *SimilarWeb* yang diakses pada databooks.katadata.co.id adalah *Shopee* dengan catatan meraih rata-rata 216 juta kunjungan per bulan yang mana capaian ini melesat 30% dibandingkan dengan rata-rata kunjungan pada kuartal II, Tokopedia yang turun 9%, Lazada rata-rata data kunjungan mencapai anjlok hingga 30%, Blibli naik 5%, dan Bukalapak merosot hingga 21% [12]. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* di Indonesia sangat besar. Selaras dengan hal tersebut menurut data Statistika *Market Insight* menyebutkan jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia hingga 2022 mencapai 178,94 juta orang, yang mana jumlah tersebut meningkat 12,79% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 158,65 juta. Jumlah ini diproyeksikan akan terus meningkat, dan diperkirakan hingga akhir 2023 akan mencapai 196,47 juta pengguna [13]. Peningkatan jumlah pengguna *e-commerce* setiap tahunnya tentunya akan menarik perhatian bagi perusahaan.

Perusahaan tentunya menginginkan memperoleh penghasilan yang besar disetiap penjualan yang dilakukan di *e-commerce*, namun hal ini akan menjadi perbandingan terbalik dengan pajak yang harus dibayarkan. Semakin besar penghasilan yang diperoleh oleh perusahaan, maka akan semakin besar pula Pajak Penghasilan yang harus dibayarkan oleh perusahaan. Hal tersebut nantinya akan berdampak pada pendapatan bersih atau laba yang diterima oleh perusahaan. Semakin besar Pajak Penghasilan yang diterima oleh perusahaan, maka semakin kecil laba bersih yang diperolehnya.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Inggrit Wida Pratiwi pada tahun 2018 [8], dengan judul Analisis Tentang Pemahaman Pajak *E-Commerce* pada Pemilik Bisnis *Online Shop* di Surabaya memperoleh hasil penelitian yaitu masih banyak pemilik *online shop* di Surabaya yang belum mengetahui kebijakan pajak *e-commerce* dan pemilik *online shop* belum memahami mengenai pentingnya pajak *e-commerce* sehingga hal ini perlu dilakukan pembinaan yang lebih mendalam mengenai pajak *e-commerce* ini. Penelitian tersebut dilakukan secara kualitatif, sehingga pada penelitian ini peneliti menginginkan meneliti lebih dalam mengenai pajak *e-commerce* dengan melakukan perhitungan kewajiban perpajakan pelaku usaha atas pajak *e-commerce*.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi perhitungan pajak penghasilan perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE) dan pengaruhnya terhadap penghasilan usaha *e-commerce*. dalam melakukan penelitian ini Peneliti memberikan beberapa Batasan agar Penelitian ini tidak meluas. Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah jenis *e-commerce* yang digunakan yaitu kategori *marketplace*. *Marketplace* yang digunakan adalah Tokopedia, Lazada, dan Shopee. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penjualan yang diperoleh selama bulan Mei 2023 hingga April 2024.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan judul penelitian sebagai berikut: "Implementasi Perhitungan Pajak Penghasilan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Pengaruhnya Terhadap Penghasilan Usaha *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Perusahaan di Kabupaten Kediri)".

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif. kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random. Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada salah satu perusahaan di Kabupaten Kediri yang bergerak di bidang *digital marketing*. Penelitian ini difokuskan pada penghasilan usaha yang diperoleh di bidang *e-commerce*, dengan jenis *e-commerce* yang diteliti adalah *marketplace* yaitu Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara dokumentasi. Berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perusahaan merupakan sebuah perusahaan besar produk herbal yang hadir sejak Desember 2021. Perusahaan ini dibentuk dengan sebuah sistem baru yang memanfaatkan teknologi yang berkembang saat ini dengan melakukan penjualan online atau dengan istilah *digital marketing*. Perusahaan ini memfokuskan penjualan produk herbal yang menggunakan bahan-bahan herbal yang aman untuk dikonsumsi seluruh masyarakat. Perusahaan ini dalam menjual produk herbal telah memanfaatkan penggunaan *e-commerce* dengan kategori *marketplace*. *Marketplace* yang digunakan adalah Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Perusahaan ini

memperoleh penghasilan dari beberapa pemasukan yaitu melalui penjualan produk herbal secara *online*, penjualan produk secara *offline*, serta penghasilan yang diperoleh dari iklan yang telah diproduksi.

Visi dan misi yang dimiliki perusahaan adalah sebagai berikut:

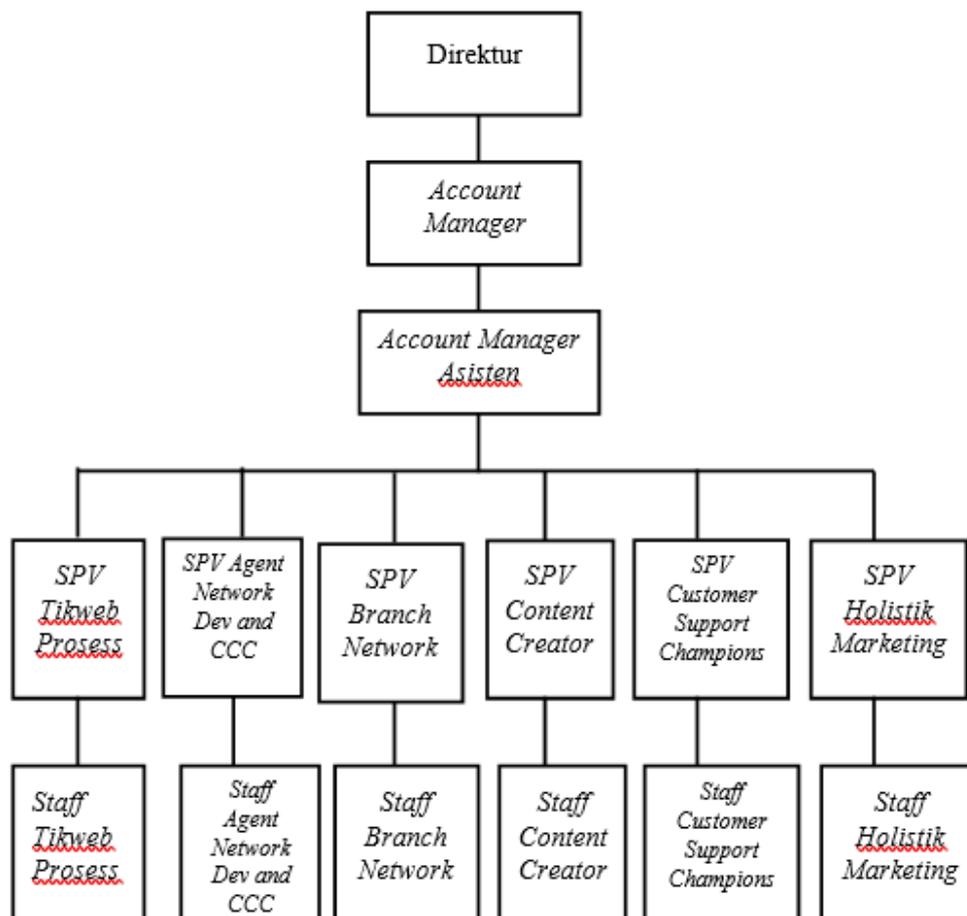
Visi : Menciptakan Kesehatan badan dan Kesehatan finansial untuk jutaan manfaat di sekitar

Misi :

- Edukasi Kesehatan Holistik
- Pemberdayaan Finansial
- Pengembangan Produk Kesehatan dan Finansial
- Kemitraan dengan Profesional Kesehatan dan Keuangan
- Program Kesehatan dan Finansial di Tempat Kerja
- Pengukuran dan Pemantauan Progres
- Aksi Sosial dan Tanggung Jawab

Berdasarkan visi dan misi perusahaan. Adapun tujuan berdirinya perusahaan adalah memberikan dampak besar untuk kesehatan masyarakat agar mengurangi konsumsi obat kimia secara terus menerus. Hal ini bukan hanya untuk kesehatan tetapi perusahaan hadir juga untuk memakmurkan tubuh dan finansial, karena perusahaan meyakini bahwa jiwa yang sehat terdapat dalam tubuh yang kuat dengan dukungan finansial yang menyejahterakan.

Pada perusahaan ini juga memiliki struktur organisasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan ini dibuat dengan tujuan agar terdapat kejelasan posisi serta tanggung jawab bagi setiap individunya. Struktur organisasi merupakan gambaran umum suatu sistem pengendalian kerja sama dalam proses manajemen terstruktur dan berbentuk diagram jabatan dengan segmentasi kelompok. Berikut merupakan pengelompokan tugas pada perusahaan.



Sumber: Data Primer

Gambar 1. Struktur Organisasi

Keterangan:

Direktur

Direktur mempunyai tugas, yaitu sebagai berikut :

- a. Mengelola bisnis dan Menyusun strategi bisnis untuk kemajuan perusahaan
- b. Melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan di perusahaan sehingga seluruh kinerja karyawan bisa ditingkatkan atau dipertahankan
- c. Menentukan dan memilih staf-staf yang membantu dalam perusahaan
- d. Menyetujui anggaran belanja perusahaan
- e. Melakukan pengadaan rapat dengan semua jajaran pada perusahaan tersebut
- f. Menerapkan visi misi perusahaan

Account Manager

Account manager memiliki tugas sebagai berikut :

- a. Bekerja sama dengan tim penjualan dan *marketing* untuk menentukan metode *sales* dan menyusun strategi *marketing*
- b. Membuat proposal bagi media untuk diberikan kepada calon pelanggan
- c. Mengatur *budget* pemasaran, pengeluaran, serta pendapatan
- d. Mencari calon pelanggan baru dan peluang bisnis yang potensial
- e. Menjaga komunikasi dan melayani pelanggan serta sponsor eksekutif dengan baik termasuk memberikan solusi bagi setiap permasalahan yang diajukan oleh pelanggan
- f. Melakukan negosiasi dalam persetujuan kontrak demi tercapainya profit yang maksimal
- g. Menyiapkan dan menyampaikan laporan secara berkala kepada pihak internal dan eksternal perusahaan terkait perkembangan bisnis yang sedang berlangsung
- h. Memprediksi hasil pendapatan di masa yang akan datang
- i. Berkolaborasi dengan tim penjualan untuk mengidentifikasi, mengembangan peluang dan memperluas jangkauan area

Account Manager Assistant

Account manager assistant memiliki tugas, sebagai berikut:

- a. Mencari pelanggan baru untuk kerjasama yang saling menguntungkan
- b. Memonitor kerja *sales* dan memastikan target tercapai
- c. Membuat rencana promosi
- d. Menawarkan rancangan iklan atau publisitas kepada pelanggan
- e. Menjalin komunikasi kepada perusahaan atau pelanggan dalam menjalin kerja sama
- f. Merincikan daftar harga jasa periklanan sesuai dengan perjanjian dengan pelanggan

SPV Tikweb Prowess

Tugas dari SPV Tikweb Prowess adalah, sebagai berikut:

- a. Strategi Konten Digital
 - 1) Mengembangkan dan melaksanakan strategi konten untuk platform Tiktok dan website perusahaan
 - 2) Memastikan konten yang diposting relevan, menarik, dan sesuai dengan tujuan perusahaan
- b. Manajemen akun dan konten
 - 1) Mengelola akun resmi perusahaan di Tiktok dan memastikan konsistensi *brand image*
 - 2) Memantau dan mengelola konten yang dipublikasikan di website, termasuk pembaruan produk, blog, dan halaman informasi
- c. Pengembangan pengikut dan lalu lintas
 - 1) Meningkatkan jumlah pengikut dan interaksi di Tiktok dengan strategi pertumbuhan organik dan kampanye berbayar yang efektif
 - 2) Mengoptimalkan lalu lintas website dengan menggunakan SEO (*Search Engine Optimization*) dan strategi pemasaran digital lainnya
- d. Analisis kinerja dan tren
 - 1) Melakukan analisis rutin terhadap kinerja konten di tiktok dan website, termasuk *engagement rate*, jumlah pengunjung, dan konversi
 - 2) Mengidentifikasi tren pasar dan perilaku pengguna untuk menginformasikan strategi konten berikutnya
- e. Koordinasi dengan tim kreatif
 - 1) Berkolaborasi dengan tim kreatif untuk produksi konten yang menarik dan visual yang efektif

- 2) Memastikan bahwa pesan brand konsisten disampaikan melalui semua saluran digital
- f. Pemantauan dan responsive
 - 1) Memantau komentar, pesan, dan tanggapan pengguna di platform tiktok dan website dengan tanggap dan profesional
 - 2) Menanggapi pertanyaan dan masukan pengguna dengan cara yang ramah dan informatif
- g. Pelaporan dan evaluasi
 - 1) Menyusun laporan rutin mengenai kinerja kampanye, pertumbuhan pengikut, dan konversi di Tiktok dan website
 - 2) Menyajikan analisis data yang relevan kepada manajemen untuk mendukung pengambilan keputusan strategis

SPV Agent Network Development and Commerce Command Center

SPV agent network development and commerce command center memiliki tugas sebagai berikut:

- a. Penyediaan agen dan mitra
 - 1) Bertanggung jawab atas pengawasan langsung terhadap agen dan mitra di bawah naungan perusahaan
 - 2) Memastikan implementasi strategi penjualan dan pencapaian target yang ditetapkan perusahaan
- b. Pelatihan dan pengembangan
 - 1) Menyusun dan menyelenggarakan program pelatihan rutin untuk meningkatkan keterampilan penjualan, presentasi, dan negosiasi agen dan mitra
 - 2) Memberikan dukungan dalam pengembangan personal dan profesional agen untuk meningkatkan kinerja mereka
- c. Pemantauan kinerja
 - 1) Melakukan evaluasi terhadap pencapaian target penjualan dan kualitas layanan yang diberikan oleh agen dan mitra
 - 2) Mengidentifikasi area perbaikan dan Menyusun rencana tindak lanjut untuk meningkatkan kinerja mereka
- d. Pendampingan dan dukungan individual
 - 1) Menyediakan bimbingan dan dukungan pribadi kepada agen dan mitra untuk membantu mereka mencapai tujuan dan individu dan perusahaan
 - 2) Memfasilitasi komunikasi yang efektif dan berkelanjutan antara agen, mitra, dan manajemen perusahaan
- e. Pelaporan dan komunikasi
 - 1) Menyusun laporan berkala mengenai kinerja agen dan mitra serta menghadirkan analisis yang dibutuhkan untuk manajemen perusahaan
 - 2) Berkomunikasi secara jelas dan tepat waktu mengenai kebijakan perusahaan, tujuan, dan perkembangan terbaru kepada agen dan mitra
- f. Pengelolaan toko online di *marketplace*
 - 1) Bertanggung jawab atas pengelolaan dan optimisasi toko online perusahaan di berbagai platform *marketplace*
 - 2) Memastikan ketersediaan dan akurasi informasi produk, termasuk deskripsi, harga, dan gambar produk
- g. Pengembangan strategi pemasaran dan penjualan
 - 1) Mengembangkan strategi pemasaran dan penjualan yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk di *marketplace*
 - 2) Melakukan analisis pasar dan bersaing untuk menentukan langkah-langkah strategis yang perlu diambil

SPV Branch Network

SPV Branch Network memiliki tugas sebagai berikut :

- a. Pengelolaan tim mitra luar kerja
 - 1) Mengawasi dan mengkoordinasikan tim mitra luar kota perusahaan untuk mencapai target penjualan dan performa yang ditetapkan
- b. Pendampingan dan pelatihan
 - 1) Memberikan bimbingan dan pelatihan kepada mitra luar kota dalam hal strategi penjualan, produk, dan layanan

- 2) Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan individu untuk meningkatkan kinerja mitra
- c. Pemantauan kinerja
 - 1) Memantau secara berkala pencapaian target penjualan mitra luar kota
 - 2) Melakukan evaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh mitra dan memberikan umpan balik yang konstruktif
- d. Pengembangan strategi pemasaran
 - 1) Mengembangkan strategi pemasaran regional untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan eksposur produk di luar kota
 - 2) Berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk menyelaraskan strategi pemasaran nasional dan regional
- e. Manajemen Hubungan Mitra
 - 1) Membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan mitra luar kota untuk memastikan loyalitas dan keterlibatan yang tinggi
 - 2) Menanggapi permintaan dan masukan mitra dengan cepat dan efisien
- f. Pelaporan dan analisis
 - 1) Menyusun laporan berkala mengenai performa mitra luar kota dan menganalisis data untuk mendukung pengambilan keputusan strategis
 - 2) Menghadirkan informasi yang relevan kepada manajemen perusahaan
- g. Kepatuhan dan kebijakan
 - 1) Memastikan bahwa semua mitra luar kota mematuhi kebijakan perusahaan dan regulasi yang berlaku
 - 2) Menyediakan panduan kepada mitra terkait prosedur operasional dan kepatuhan.

SPV Content Creator

SPV Content creator memiliki tugas sebagai berikut :

- a. Pengelolaan Tim Kreatif
 - 1) Mengawasi dan mengkoordinasikan tim kreatif dalam pengembangan konten visual dan tekstual yang kreatif dan berkualitas tinggi
 - 2) Memastikan konsistensi gaya visual; dan pesan merek perusahaan dalam semua materi yang diproduksi
- b. Strategi konten
 - 1) Mengembangkan strategi konten yang komprehensif untuk memenuhi tujuan pemasaran dan komunikasi perusahaan
 - 2) Menyesuaikan strategi dengan tren pasar dan kebutuhan audiens target.
- c. Produksi konten
 - 1) Mengarahkan proses produksi konten mulai dari perencanaan, produksi, hingga pengeditan dan penerbitan
 - 2) Menjamin kualitas dan ketepatan waktu dalam setiap tahap produksi konten
- d. Kreativitas dan inovasi
 - 1) Mendorong tim untuk terus menghasilkan ide kreatif dan inovatif dalam konten yang dihasilkan
 - 2) Memantau tren industry dan mengimplementasikan praktik terbaik dalam pembuatan konten
- e. Koordinasi dengan tim lain
 - 1) Berkolaborasi dengan departemen pemasaran, penjualan, dan digital untuk memastikan pesan yang terkoordinasi dan konsisten
 - 2) Menyelaraskan konten dengan tujuan dan strategi perusahaan secara keseluruhan
- f. Analisis dan pelaporan
 - 1) Mengumpulkan data dan menyusun laporan berkala mengenai kinerja konten, *engagement rate*, dan ROI (*Return On Investment*) konten
 - 2) Menganalisis hasil konten untuk mengidentifikasi peluang perbaikan dan pengoptimalan
- g. Pengembangan tim
 - 1) Memberikan pelatihan dan pembinaan kepada anggota tim untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam strategi konten, produksi, dan distribusi
 - 2) Mendorong pertumbuhan profesional dan pribadi dalam tim kreatif

SPV Customer Support Champions

Berikut merupakan tugas dan kewajiban dari SPV customer support champions, yaitu sebagai berikut :

- a. Pengelolaan tim layanan pelanggan

- 1) Mengawasi tim layanan pelanggan untuk memastikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional kepada pelanggan perusahaan.
- b. Pelatihan dan pengembangan tim
 - 1) Menyelenggarakan pelatihan reguler untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, pemecahan masalah, dan pengetahuan produk tim layanan pelanggan
 - 2) Memberikan bimbingan dan dukungan untuk pengembangan karir anggota tim
- c. Penyelesaian masalah pelanggan
 - 1) Memastikan penanganan yang efisien terhadap keluhan dan pertanyaan pelanggan secara tepat waktu
 - 2) Menangani situasi yang kompleks atau sensitive dengan profesionalisme dan kepedulian
- d. Pemantauan kinerja
 - 1) Melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja tim layanan pelanggan berdasarkan metrik kualitas dan produktivitas
 - 2) Mengidentifikasi peluang perbaikan dan mengimplementasikan Tindakan perbaikan yang diperlukan
- e. Koordinasi dengan tim lain
 - 1) Bekerjasama dengan departemen lain seperti penjualan, logistic, dan keuangan untuk memastikan penyelesaian masalah yang menyeluruh dan koordinasi yang efektif
- f. Analisis dan pelaporan
 - 1) Mengumpulkan data dan Menyusun laporan berkala mengenai kinerja layanan pelanggan. Tren keluhan, dan saran perbaikan
 - 2) Menyajikan analisis data yang relevan kepada manajemen untuk mendukung pengambilan keputusan strategis
- g. Kepatuhan dan kebijakan
 - 1) Memastikan bahwa tim layanan pelanggan mematuhi kebijakan dan prosedur operasional perusahaan
 - 2) Menyediakan panduan kepada tim terkait kebijakan layanan pelanggan dan kepatuhan yang diperlukan

SPV Holistik Marketing

Berikut merupakan tugas dan kewajiban dari SPV *holistic marketing*, yaitu sebagai berikut :

- a. Manajemen tim penjualan *offline*
 - 1) Mengawasi dan mengkoordinasikan tim penjualan *offline* untuk mencapai target penjualan yang ditetapkan perusahaan
 - 2) Memastikan pelaksanaan strategi penjualan yang efektif di berbagai lokasi *offline*
- b. Pengembangan strategi penjualan
 - 1) Mengembangkan dan melaksanakan strategi penjualan regional untuk meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan perusahaan
 - 2) Bekerjasama dengan manajemen untuk merancang program promosi dan penjualan yang efektif
- c. Pelatihan dan pengembangan tim
 - 1) Menyelenggarakan pelatihan reguler untuk meningkatkan keterampilan penjualan, negosiasi, dan hubungan pelanggan
 - 2) Memberikan bimbingan kepada anggota tim untuk mengembangkan potensi mereka dalam penjualan
- d. Pemantauan kinerja
 - 1) Melakukan evaluasi terhadap pencapaian target penjualan tim berdasarkan KPI (*Key Performances Indicators*) yang telah ditetapkan
 - 2) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan dan mengusulkan perbaikan yang diperlukan
- e. Koordinasi dengan departemen terkait
 - 1) Bekerjasama dengan departemen pemasaran, distribusi, dan keuangan untuk memastikan koordinasi yang efektif dalam penjualan *offline*
 - 2) Memastikan ketersediaan produk yang memadai di lokasi penjualan dan menyinkronkan stok dengan permintaan pasar
- f. Pelayanan pelanggan
 - 1) Memastikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada pelanggan di lokasi penjualan *offline*

- 2) Mengatasi keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien untuk mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan
- g. Pelaporan dan analisis
 - 1) Menyusun laporan rutin mengenai kinerja penjualan, tren pasar, dan analisis kompetitif di wilayah tertentu
 - 2) Menyajikan informasi yang relevan kepada manajemen untuk mendukung pengambilan keputusan strategi perusahaan.

Staff Tikweb Proress, memiliki tugas membantu melaksanakan tugas dan kewajiban dari *Supervisor Tikweb Proress*.

Staff Agent Network Development and Commerce Command Center, memiliki tugas yaitu membantu melaksanakan tugas dan kewajiban dari *supervisor Agent Network Development And Commerce Command Center*.

Staff Branch Network, memiliki tugas yaitu membantu melaksanakan tugas dan kewajiban dari *supervisor Branch Network*.

Staff Content Creator, memiliki tugas yaitu membantu melaksanakan tugas dan kewajiban dari *supervisor content creator*.

Staff Customer Support Champions, memiliki tugas yaitu melaksanakan tugas dan kewajiban dari *supervisor Customer Support and Champions*.

Staff Holistik Marketing, memiliki tugas yaitu melaksanakan tugas dan kewajiban dari *supervisor Holistik Marketing*.

Perusahaan melakukan penjualan online dengan memanfaatkan tiga jenis *marketplace* yaitu Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Adapun hasil penjualan yang diperoleh perusahaan dari ketiga kategori *marketplace* tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Penjualan E-Commerce

Bulan	Omset
Mei	299.698.070
Juni	392.524.900
Juli	459.609.794
Agustus	410.998.147
September	408.867.764
Oktober	408.007.206
November	424.333.309
Desember	399.561.949
Januari	373.075.292
Februari	369.531.359
Maret	399.514.800
April	433.887.642

Sumber: Data Primer (2024)

Adapun penghasilan usaha selama periode 2023 yang diperoleh perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Penghasilan Perusahaan

Penghasilan		Rp 4.779.610.232
Pengeluaran:		
Beban gaji	Rp 940.386.345	
Biaya Operasional	Rp 371.399.310	
Total Biaya Pengeluaran		(Rp 1.311.785.655)
Penghasilan Sebelum Kena Pajak		Rp 3.467.824.577

Sumber: Data Primer (2024)

Berdasarkan data yang diperoleh di atas penghasilan usaha yang diperoleh perusahaan selama satu tahun sebesar Rp 4.779.610.232. Perusahaan masih beroperasi kurang dari tiga tahun pelaporan pajak. Oleh karena itu, dalam pelaporan pajak PMSE, perusahaan dapat memilih menggunakan PPh Final atau Pasal 31E. Apabila perusahaan memilih menggunakan PPh final pada tahun ini merupakan tahun terakhir pelaporan pajak dengan menggunakan PPh final. Berikut merupakan perhitungan besaran PPh final yang harus dibayarkan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Perhitungan Pajak Penghasilan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) atas Penghasilan Usaha E-Commerce

No	Bulan	Penghasilan (Rp)	Penghasilan Kumulatif (Rp)	PPh Final PP No 55 Tahun 2022 (0,5% x Penghasilan usaha) (Rp)
1	Mei	299.698.070	299.698.070	0
2	Juni	392.524.900	692.222.970	1.962.625
3	Juli	459.609.794	1.151.832.764	2.298.049
4	Agustus	410.998.147	1.562.830.911	2.054.991
5	September	408.867.764	1.971.698.675	2.044.339
6	Oktober	408.007.206	2.379.705.881	2.040.036
7	November	424.333.309	2.804.039.190	2.121.667
8	Desember	399.561.949	3.203.601.139	1.997.810
9	Januari	373.075.292	3.576.676.431	1.865.376
10	Februari	369.531.359	3.946.207.790	1.847.657
11	Maret	399.514.800	4.345.722.590	1.997.574
12	April	433.887.642	4.779.610.232	2.169.438
	Total	4.779.610.232		22.399.561

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Peneliti melakukan perhitungan yang dilakukan dengan pengenaan tarif sebesar 0,5% atau menggunakan PPh final. Perusahaan dapat menggunakan tarif ini pada tahun terakhir pajak saat ini, dikarenakan sesuai peraturan yang berlaku apabila perusahaan berbentuk PT hanya dapat menggunakan PPh final hingga tahun ke tiga pajak. Oleh karena itu, untuk tahun selanjutnya perusahaan ini akan dikenakan sesuai dengan ketentuan Pasal 31 E Undang-Undang Pajak Penghasilan. Hasil penelitian telah dijabarkan pada tabel 3 diketahui bahwasannya dengan jumlah penghasilan yang diperoleh Perusahaan selama Mei tahun 2023 hingga April 2024 adalah sebesar Rp4.779.610.232. Setelah memperoleh total omset yang didapat, Peneliti menghitung pengenaan Pajak Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yaitu sesuai ketentuan Peraturan Pemerintah (PP) No 55 Tahun 2022, dikarenakan omset yang diperoleh perusahaan diantara Rp500.000.001 – Rp4.800.000.000 maka perusahaan dikenakan PPh Final dengan tarif 0,5%. Setelah dilakukan perhitungan diperoleh besar pajak yang harus dibayarkan sebesar Rp22.399.561. Pajak ini harus dibayarkan setiap bulannya dengan besaran yang tidak pasti atau tergantung dengan penghasilan usaha yang diperoleh oleh perusahaan.

Setiap bulannya perusahaan tentunya memiliki pemasukan dan pengeluaran yang digunakan untuk mengelola perdagangannya. Laporan Keuangan ini nantinya yang akan digunakan untuk mengetahui aliran keuangan perusahaan setiap bulan bahkan setiap tahunnya. Penghasilan yang diperoleh oleh perusahaan berasal dari penjualan produk herbal sedangkan beban yang dikeluarkan adalah untuk biaya operasional dan gaji karyawan. Berikut informasi laba rugi yang telah diolah peneliti dari perhitungan penghasilan dan pengeluaran perusahaan.

Tabel 4. Penghasilan Tahun 2023 Sebelum Penerapan PP No 55 Tahun 2022

Penghasilan:		
Penjualan		Rp 4.779.610.232
Pengeluaran :		
Biaya Gaji Karyawan	Rp 940.386.345	
Biaya Operasional	Rp 371.399.310	
Total Pengeluaran		Rp (1.311.785.655)
Penghasilan sebelum Kena Pajak		Rp 3.467.824.577

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Sedangkan apabila perusahaan telah menerapkan PP No 55 Tahun 22, untuk penghasilan bruto selama periode Mei 2023 – April 2024 terdapat perbedaan penghasilan. Hal ini disebabkan karena peredaran bruto perusahaan berada diantara Rp 500.000.001 – Rp 4.800.000.000, maka akan dikenakan tarif 0,5%. Berikut merupakan penghasilan setelah melakukan penerapan PP No 55 Tahun 2022:

Tabel 5. Penghasilan Tahun 2023 Setelah Penerapan PP No 55 Tahun 2022

Penghasilan:		
Penjualan		Rp 4.779.610.232
Pengeluaran :		
Biaya Gaji	Rp 940.386.345	
Biaya Operasional	Rp 371.399.310	
Total Pengeluaran		Rp (1.311.785.655)
PPH Final		(Rp 22.399561)
Laba Bersih Setelah Pajak		Rp 3.445.425.016

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Kemudian Peneliti melakukan perbandingan penghasilan yang diperoleh perusahaan sebelum dan sesudah menerapkan Peraturan Pemerintah (PP) No 55 Tahun 2022. Sebelum menerapkan PP No 55 Tahun 2022 perusahaan diketahui memperoleh penghasilan bersih sebesar Rp3.467.824.557. Hal ini sesuai dengan yang telah dijabarkan pada tabel 4.4, namun setelah melakukan penerapan PP No 55 tahun 2022 perusahaan memperoleh penghasilan bersih sebesar Rp3.445.425.016 sesuai dengan tabel 4.5. hal tersebut dikarenakan adanya pengenaan pajak final setiap penghasilan setiap bulannya. Setelah dibandingkan diperoleh bahwa besar penghasilan bersih yang diterima oleh perusahaan sebelum dan setelah penerapan Peraturan Pemerintah (PP) No 55 Tahun 2022 terdapat perbedaan. Sebelum menerapkan PP No 55 Tahun 2022 sebesar Rp3.467.824, sedangkan setelah menerapkan PP No 55 Tahun 2022 sebesar Rp 3.445.425.016. Hal ini disebabkan karena peredaran bruto yang dimiliki perusahaan diantara Rp 500.000.001 – Rp 4.800.000.000. Oleh karena itu perusahaan dikenakan dengan tarif 0,5%, namun perhitungan tersebut masih bersifat manual dan belum masuk kedalam aplikasi Kortek yang digunakan oleh DJP.

Meskipun telah menghitung besaran pajak penghasilan final, namun perusahaan masih memiliki kewajiban perpajakannya yaitu melaporkan atas perpajakannya. Hal ini harus dilakukan untuk menghindari pengenaan sanksi bagi perusahaan karena tidak melaporkan kewajiban perpajakannya. Perhitungan PPh Final ini dapat digunakan oleh perusahaan selama tiga tahun pajak. Maka dari itu tahun 2023 merupakan tahun terakhir perusahaan menghitung pengenaan pajak dengan menggunakan PPh Final. Untuk tahun pajak selanjutnya perusahaan dikenakan Pasal 31E dengan tarif 22%.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti bahwasannya perusahaan belum menerapkan perhitungan kewajiban perpajakan atas penghasilan e-commerce secara maksimal. Hal ini dikarenakan informasi yang belum diperoleh oleh perusahaan. Oleh karena itu, diharapkan pemerintah terkait dapat lebih memperluas sosialisasi mengenai peraturan ini, dikarenakan pada keadaan sebenarnya masih banyak pelaku usaha e-commerce yang masih belum mengetahui atas pengenaan pajak ini. Hasil ini juga sama diperoleh pada

penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Inggrit Wida Pratiwi pada tahun 2020 [8], yang menyebutkan bahwa masih banyak pemilik *online shop* di Surabaya yang belum mengetahui kebijakan pajak *e-commerce*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti pada salah satu perusahaan yang berlokasi di Kabupaten Kediri mengenai Implementasi perhitungan Pajak Penghasilan Perdagangan Melalui Sistem elektronik (PMSE) dan Pengaruhnya Terhadap Penghasilan Usaha, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perusahaan belum melakukan perhitungan Pajak Penghasilan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Apabila perusahaan menggunakan perhitungan PPh Final dengan tarif 0,5% diperoleh total pajak penghasilan final sebesar Rp 22.399.561. Penghasilan bersih yang diterima oleh perusahaan sebelum penerapan PP No 55 Tahun 2022 dan setelah melakukan penerapan PP No 55 Tahun 2022 terdapat perbedaan. Penghasilan bersih yang diterima oleh perusahaan sebelum penerapan PP No 55 Tahun 2022 sebesar Rp 3.467.824.577. Setelah penerapan PP No 55 Tahun 2022 sebesar Rp 3.445.425.016, namun perhitungan ini belum dilakukan perhitungan kembali dengan menggunakan aplikasi KorteK. Setelah melakukan perhitungan perusahaan masih memiliki kewajiban perpajakannya yaitu melaporkan perpajakan atas penghasilan yang diperoleh dari penghasilan *e-commerce* untuk menghindari pengenaan sanksi administratif bagi perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Kurniawan AM. Pemajakan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) Lintas Negara (Unilateral Measures Vs Global Consensus). *Simp Nas Keuang Negara*. 2020;315–34.
- [2] Pemerintah Indonesia. Undang-Undang No.28 Tahun 2007. In 2007.
- [3] Pemerintah Indonesia. Undang-Undang No.7 Tahun 2014. In 2014.
- [4] Pemerintah Indonesia. Peraturan Pemerintah No.80 Tahun 2019. In 2019.
- [5] Kementerian Keuangan. PMK No 210 Tahun 2018. In 2018.
- [6] Direktorat Jenderal Pajak. SE Nomor 62 Tahun 2013. In 2013.
- [7] Direktorat Jenderal Pajak. SE No 06 Tahun 2015. In 2015.
- [8] Pratiwi IW. Analisis Tentang Pemahaman Pajak E-Commerce Pada Pemilik Bisnis Online Shop Di Surabaya. Universitas Bhayangkara Surabaya; 2020.
- [9] Kementerian Keuangan. PMK No 31 Tahun 2019. In 2019.
- [10] Fitriandi P. Pemajakan Atas Transaksi Melalui Online Marketplace. *J Pajak Indones*. 2020;4:14–20.
- [11] Sari AY. Analisis Terhadap Penerapan Pajak Atas Transaksi E-Commerce. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta; 2018.
- [12] Ahdiat A. Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat [Internet]. *Databooks.katadata.co.id*. 2023. Available from: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>
- [13] Mustajab R. Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta pada 2023 [Internet]. *dataIndonesia.id*. 2023. Available from: <https://dataIndonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>