

Analisis Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai Atas Jasa Periklanan dan Penyediaan Tempat dan/atau Waktu Pada Perdagangan Elektronik (E-Commerce) = Analysis of Imposition of Value Added Tax on Advertising Services and Provision of Place and/or Time in Electronic Commerce (E-Commerce)

Atika Astri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20500054&lokasi=lokal>

Abstrak

Perdagangan elektronik memiliki perkembangan yang pesat di era ekonomi digital saat ini. Dengan adanya e-commerce model online marketplace, aktivitas ekonomi menjadi lebih mudah dilakukan termasuk dikarenakan tersedia informasi produk atau konten yang diunggah penjual melalui penyedia online marketplace. Atas transaksi tersebut, terdapat penyerahan Jasa Kena Pajak oleh penyedia online marketplace kepada penjual online marketplace. Sehingga dibutuhkan analisis pengenaan PPN termasuk faktor pendukung dan penghambat dalam pengenaan atas jasa periklanan dan penyediaan tempat maupun waktu pada model online marketplace. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Dari hasil wawancara mendalam dan studi kepustakaan ditunjukkan terdapat tiga skema yakni melalui pemotongan komisi, fitur prioritas, dan tanpa dikenakan biaya. Pada skema pemotongan komisi dan fitur prioritas sudah dikenakan PPN dengan pembebanan ditanggung oleh penyedia online marketplace. Pada skema tanpa dikenakan biaya memiliki implikasi pengenaan PPN atas jasa cuma-cuma namun hal ini sulit diterapkan karena nilai Dasar Pengenaan Pajak yang tidak mudah untuk ditentukan. Faktor pendukung atas pengenaan PPN ini adalah kepatuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak dan secara internal penyedia online marketplace. Faktor penghambat dalam pengenaan PPN jasa tersebut adalah terkait faktor pajak, sistem e-faktur, dan ketersediaan data. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya ketentuan PPN yang dapat menimbulkan kepastian, efisiensi, dan fleksibilitas dalam proses pengenaan PPN atas Jasa Kena Pajak tersebut.

.....Electronic commerce has a rapid development in the current era of the digital economy. With the e-commerce model online marketplace, economic activities have become easier to do including because of available product information or content uploaded by sellers through online marketplace providers. For these transactions, there is the delivery of Taxable Services by online marketplace providers to online marketplace sellers. So we need an analysis of the imposition of VAT, including supporting and inhibiting factors in the imposition of advertising services and the provision of place and time in the online marketplace model. The research method used is a qualitative method with qualitative data analysis techniques. From the results of in-depth interviews and literature studies, there are three schemes, namely through deduction of commissions, priority features, and no-fee charged. In the scheme of commission deduction and priority features already subject to VAT with burdens borne by the online marketplace provider. The no-fee scheme has implications for the imposition of VAT on free services, but this is difficult to apply because the value of the basic tax is not easy to determine. The supporting factors for the imposition of VAT are compliance as a Taxable Person and by internal of online marketplace provider. While the inhibiting factors in the imposition of VAT services are related to tax invoices, e-invoicing systems, and data availability. Therefore, there is a need for VAT provisions that can lead to certainty,

efficiency, and flexibility in the process of imposing VAT on these Taxable Services.