

PAJAK ATAS JASA TITIP BARANG MEWAH: SEBUAH TINJAUAN

Verren Eka Hartono

PKN STAN

Alamat Korespondensi: Verreneka@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Pertama
[25 November 2020]

Dinyatakan Diterima
[26 November 2020]

KATA KUNCI:
Value Added Tax

KLASIFIKASI JEL:
H200, H250

ABSTRAK

The consumptive behavior of Indonesian society is used by a handful of people to open entrusted service businesses, where people can buy the goods they want by simply sending money without having to buy them directly to the store. From this entrusted service business, business actors can take advantage of both income and travel benefits. However, not all of these luxury goods entrusting business actors are aware of their tax obligations. This research qualitatively will explain the tax obligations of entrusted service business actors. The data used in this study came from books, papers, articles, direct observations, and news. There are limitations regarding the specifications of income and entrusted service business costs so that the authors use estimates from observations. The results of this study will show what tax obligations must be carried out by entrusted service business actors along with the sanctions that can be imposed if they do not carry out their tax obligations. The results of the study have an effect on business actors to be more aware of their tax obligations.

Perilaku konsumtif masyarakat Indonesia dimanfaatkan oleh segelintir orang untuk membuka usaha jasa titip, di mana orang dapat membeli barang-barang yang mereka inginkan hanya dengan mengirim uang tanpa harus membelinya langsung ke toko. Dari usaha jasa titip ini, pelaku usaha dapat mengambil keuntungan berupa penghasilan maupun keuntungan untuk perjalanan. Tetapi pelaku usaha jasa titip barang mewah ini belum semuanya sadar akan kewajiban perpajakannya. Penelitian ini dengan kualitatif akan menjelaskan kewajiban perpajakan pelaku usaha jasa titip. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, *paper*, artikel, pengamatan langsung, dan berita. Terdapat keterbatasan mengenai spesifikasi penghasilan dan biaya usaha jasa titip sehingga penulis menggunakan perkiraan dari hasil pengamatan. Hasil penelitian ini akan menunjukkan kewajiban perpajakan apa saja yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha jasa titip berikut dengan sanksi yang dapat dikenakan jika tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hasil penelitian berpengaruh bagi pelaku usaha untuk lebih sadar terhadap kewajiban perpajakannya.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini sifat konsumerisme telah menjadi gaya hidup yang memengaruhi kehidupan masyarakat Indonesia. Konsumerisme merupakan gaya hidup yang menonjolkan kemewahan, kesenangan, dan berfoya-foya menghamburkan uang karena pengaruh perilaku kebarat-baratan yang merupakan efek dari globalisasi. Efek konsumerisme telah mencakup dalam berbagai bidang kehidupan seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Pola hidup konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan hanya untuk mencari sisi kepuasan. Hal ini di ilmu psikologi dikenal dengan *compulsive buying disorder* di mana orang yang mengalaminya tidak sadar bahwa dirinya terjebak dalam keinginan dan kebutuhan (Hutahaean, 2011).

Perilaku konsumtif seharusnya dapat dikontrol oleh diri sendiri. Berdasarkan pengamatan produsen, usia remaja adalah pasar potensial dalam bisnis jasa titip karena penduduk Indonesia paling tinggi pada tahun 2020 berada pada usia produktif yaitu 15-64 tahun berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik. Oleh sebab itu, perilaku konsumtif sudah memengaruhi remaja kita. Mereka paham bahwa orang pada usia remaja, sangat mudah terpengaruh dengan iklan yang menarik sehingga membuat remaja ingin memilikinya. Orang dalam usia remaja cenderung belum dapat membedakan mengenai kebutuhan dan keinginan. Remaja hanya ingin dipandang dan dianggap eksis oleh lingkungannya yang disebut *Peer group* (ada keinginan untuk diterima di dalam kelompok pergaulannya). Oleh karena itu, mereka harus menyesuaikan diri dengan kelompoknya dalam segi penampilan dan gaya hidup (Pangastuti, 2014).

Perilaku konsumtif pada saat ini berhubungan dengan adanya perubahan gaya hidup pada tahun terdahulu. Soedjatmiko (2017: 19) menyebutkan bahwa perunahan gaya hidup di tahun 80-an merupakan kultur perilaku konsumen yang tidak mencerminkan perilaku konsumen secara umum. Faktor aktivitas social, latar belakang keluarga, pengalaman psikologi di masa lalu atau factor internal lainnya membentuk karakter konsumen. Karakter konsumerisme ini bukan lagi terkait kebutuhan, tapi lebih ke gaya hidup. Konsumerisme dalam era modern ini didukung dengan mudahnya proses transaksi jual beli. Kemudahan proses transaksi jual beli ini salah satunya dengan adanya jasa titip.

Jasa titip atau yang lebih dikenal dengan singkatan jastip tengah naik daun jadi usaha yang menggiurkan. Awalnya usaha ini dilakukan hanya untuk penitipan pembelian barang dari luar negeri karena banyak barang yang harganya lebih murah jika dibeli di luar negeri. Selain itu, ada juga orang yang membutuhkan layanan jastip untuk membeli barang yang memang tidak masuk ke Indonesia. Namun, sekarang layanan

jastip juga bergeser dan masuk ke pusat perbelanjaan di kota-kota besar Indonesia. Kebanyakan ibu-ibu muda misalnya, dikarenakan malas gerak (*mager*) atau memang merek (*brand*) tertentu tidak bisa ditemukan di daerah mereka sehingga mereka menggunakan jasa titip. Peluang usaha ini memang dianggap menguntungkan dan tanpa modal yang besar apalagi kalau pada dasarnya si jastiper (orang yang dititipi) memang suka jalan-jalan di mal, *window shopping* (hanya melihat-lihat), dan juga berburu diskon. Pekerjaan semacam ini tentu akan memfasilitasi bakat berbelanja orang yang memiliki kesenangan untuk belanja. Jastiper dalam melakukan pembelanjaan luar negeri dapat sekaligus mendapatkan keuntungan yaitu melakukan liburan bersama keluarga atau kalau memang tujuannya untuk belanja bisa mencari promo tiket murah sebagai tiket perjalanan sehingga dapat mendapatkan keuntungan lebih (Purwanti, 2019).

Menurut Purwanti (2019), jastip juga dianggap menguntungkan karena *fee* yang diberikan oleh calon pembeli diberikan per barang. Keuntungan setiap barang pun berbeda-beda, ada *jastiper* yang langsung memberikan harga baru di mana sudah termasuk harga jasa titip. Untuk jastip dari luar negeri, jasa titip yang diberikan biasanya berkisar hingga 20% dari harga barang. Disebutkan juga dalam artikel "Menenal Jastip, Usaha Tanpa Modal dengan Keuntungan Selangit" bahwa setelah harga barang ditambah dengan harga jasa titip dari luar negeri, harga barang-barang tertentu tetap lebih murah jika dibandingkan dengan membeli barang yang sama di Indonesia.

Media yang digunakan dalam usaha jasa titip ini salah satunya adalah media sosial. Penggunaan media sosial sebagai ajang promosi yang efektif untuk berusaha dengan cara tidak meninggalkan penggunaan tanda pagar. Saat ini, cara orang berbelanja dengan mencari terlebih dahulu barangnya melalui fitur cari di media sosial. Oleh karena itu, tanda pagar dan penamaan media sosial yang jelas memiliki peran penting dalam usaha jasa titip ini. Dalam media sosial, konsumen dan pelaku usaha jasa titip dapat melihat mengenai barang yang sedang populer diperjualbelikan. Pelaku usaha jasa titip dapat memanfaatkan fitur siaran langsung di media sosial untuk memberikan interaksi menarik dengan calon pembeli serta dapat menaikkan kredibilitas penjual sebagai jastiper.

Di Indonesia terdapat beragam pelaku usaha yang menawarkan berbagai produk jasa titip. Produk yang dapat dijadikan usaha jasa titip tersebut misalnya adalah produk berupa buku, kosmetik, *skincare*, sepatu, jam tangan, pakaian, makanan khas, parfum, mainan, tas, dan aksesoris unik.

Penghasilan-penghasilan yang diperoleh dari hasil usaha jasa titip barang mewah tersebut tentunya memberikan pemasukan pada pengusaha. Di Indonesia ini masih terdapat berita yang membahas mengenai usaha jasa titip yang dikaitkan dengan perpajakan atau pun bea masuk. Pelaku usaha jasa titip beranggapan

mendapatkan kerugian dengan adanya aturan mengenai perpajakan ini, padahal pada faktanya sebagian besar pelaku usaha ini belum dengan baik memahami aturan mengenai perpajakan yang terkait. Terdapat contoh kasus di mana pelaku usaha menyatakan alasan terkait harga barang yang lebih murah dibandingkan di toko aslinya dikarenakan tidak dikenakannya pajak atau bea masuk. Kasus seperti ini yang salah satunya dapat negara ini usut lebih lanjut karena hal ini dapat merugikan negara dari sisi pendapatan. Selain itu, kelalaian terhadap kewajiban perpajakan ini nantinya dapat merugikan pihak pelaku usaha dikarenakan denda yang bisa dibebankan apabila meninggalkan kewajiban perpajakan.

Kelalaian kewajiban perpajakan pelaku usaha jasa titip ini berkaitan dengan pendapatan negara. Dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara disebutkan bahwa pendapatan negara adalah semua penerimaan yang berasal dari penerimaan perpajakan, penerimaan negara bukan pajak serta penerimaan hibah dari dalam dan luar negeri. Dari penjelasan itu dapat disimpulkan bahwa sumber pendapatan negara berasal dari tiga sektor yaitu: pajak, nonpajak dan hibah. Tiga sumber ini yang jadi lumbung penerimaan kas negara. Besarnya penerimaan yang diterima negara ditetapkan oleh Kementerian Keuangan atas persetujuan presiden yang dibahas bersama-sama dengan Dewan Perwakilan Rakyat. Sumber pendapatan negara nantinya akan digunakan untuk menyejahterakan rakyat sebagai perwujudan sila kelima yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Sumber pendapatan negara akan kembali lagi pada rakyat dalam bentuk program bantuan atau pembangunan fasilitas umum. Sumber pendapatan negara yang berasal dari pajak dibagi dalam tujuh sektor yaitu Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Bumi dan Bangunan, Pajak Ekspor, Pajak Perdagangan Internasional serta Bea Masuk dan Cukai. Besaran tarif pajak sudah ditentukan oleh undang-undang perpajakan yang berlaku. Umumnya pajak mulai dikenakan saat seseorang sudah memiliki penghasilan dengan besaran tertentu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebagaimana diuraikan pada bagian 1.1 penulis merumuskan masalah utama yang dapat dijawab dalam penelitian ini. Pasal 12 ayat (1) UU KUP yang merupakan dasar hukum *self assessment* cenderung menitikberatkan pada peran aktif Wajib Pajak dalam pemungutan pajak. Pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan berupaya dalam meningkatkan kesadaran membayar pajak (Nugroho dan Zulaikha, 2012). Dari penelitian tersebut ditemukan *gap* di mana pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan dapat memberikan persepsi yang berbeda-beda bagi wajib pajak. Misi DJP berupa mengumpulkan penerimaan berdasarkan kepatuhan pajak sukarela yang tinggi dan penegakan hukum yang adil dapat menjadi perhatian untuk pelaku

usaha agar mendukung kelancaran pendapatan negara. Dengan mempertimbangkan *gap* tersebut dan misi DJP, penulis mendapatkan rumusan masalah berikut: “Bagaimana kesadaran pelaku usaha jasa titip barang mewah terhadap kewajiban perpajakannya.”

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kewajiban perpajakan pelaku usaha jasa titip barang mewah dan sanksi yang dapat dikenakan apabila melakukan kelalaian atas kewajiban perpajakannya yang dapat merugikan negara.

2. KERANGKA TEORI

2.1 Teori yang Digunakan

Usaha jasa titip barang mewah ini merupakan usaha yang bergerak dalam bidang pemasaran jasa. Pemasaran dapat didefinisikan dalam sudut pandang sosial atau manajerial. Jika dilihat dari sudut pandang sosial, pemasaran merupakan jasa yang diberikan kepada individu atau sekelompok individu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Berbeda dari sisi manajerial, pemasaran merupakan proses berantai dari perencanaan hingga penyaluran produk (Fatihudin dan Firmansyah, 2019).

Dengan pemasaran jasa yang bertujuan menawarkan konsumen untuk mempermudah dalam proses jual beli, usaha jasa titip ini menjadi suatu usaha yang fenomenal di Indonesia (Muslich dan Irwansyah, 2020). Industri ini merupakan usaha yang menjanjikan sehingga peluang terbuka bagi perusahaan baru karena peran utama dari usaha jasa titip ini adalah pengguna internet aktif yang merupakan penyedia individu nonformal (Muslich dan Irwansyah, 2020). Industri ini memiliki efek jaringan potensial yang artinya semakin banyak pelaku usaha menawarkan jasa titip semakin baik bagi pembeli karena mereka tidak harus mengunjungi toko yang menjual barang (Muslich dan Irwansyah, 2020).

Usaha fenomenal berupa jasa titip dengan efek jaringan potensial ini didukung dengan adanya pemasaran digital. Menurut Kaufman dan Horton (2017), pemasaran digital melengkapi tiga komponen yang saling terkait dan berinteraksi yaitu sebagai berikut:

- 1). Instruksi - Pemasaran Digital diatur dalam format naratif progresif, dengan informasi dari masing-masing unit *building* pada sebelumnya untuk membantu pemahaman dan memfasilitasi pendidikan. Bahan ajar termasuk campuran metodologi pengajaran mutakhir, termasuk ceramah interaktif, diskusi yang diprakarsai video, latihan, studi kasus, blog, dan proyek praktis langsung.
- 2). Konten - Konten Pemasaran Digital tidak secara sempit berfokus pada alat media sosial paling populer. Ini menggunakan media konten yang kaya, termasuk teks, video, grafik, dan AR, untuk memberikan narasi menarik yang menekankan perpaduan strategi digital, taktik, dan alat (yang termasuk alat sosial utama)

dengan nilai-nilai sebagai elemen dasar dari pendekatan terpadu untuk pemasaran digital.

3). Pengiriman - Lebih dari sekadar buku teks statis. Digital Marketing adalah hibrida, teks digital, yang mengintegrasikan media cetak, seluler, video, dan internet untuk menciptakan Pengalaman Digital Terhubung (CDE) yang benar-benar terhubung.

Pemanfaatan pemasaran digital ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha jasa titip *online* barang mewah yang dapat disebut sebagai pengusaha. Pengusaha sendiri secara sederhana didefinisikan sebagai individu atau sekelompok individu berbentuk badan yang memiliki kegiatan sebagaimana dimaksud pada Pasal 13 Undang-Undang PPN Tahun 2000 yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar Daerah Pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar Daerah Pabean. Pengusaha tersebut atas usahanya bisa dikenakan pajak. UU No. 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Dalam Undang-Undang No. 16 Tahun 2009, wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sedangkan pajak yang terutang adalah pajak yang harus dibayar pada suatu bagian tahun pajak.

Dalam ilmu perpajakan, unsur – unsur pajak (Tjahjono, 2009: 21), terdiri dari:

- a. Subjek Pajak: Orang atau badan usaha yang menurut undang–undang wajib membayar pajak kepada negara.
- b. Objek Pajak: Segala sesuatu yang menurut undang–undang dijadikan dasar atau sasaran pemungutan pajak.
- c. Tarif Pajak: Dasar pengenaan pajak terhadap objek pajak yang menjadi tanggungannya.

Secara umum, macam-macam pajak di Indonesia terbagi menjadi 2 yaitu pajak pusat (PPH, PPN, PPNBM, bea materai, danPBB) dan pajak daerah (Damasha, 2020). Dalam Bab 1 Pasal 1 UU PPh tentang Ketentuan Umum menyatakan, “Pajak Penghasilan dikenakan terhadap Wajib Pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak.” Berbeda dengan pajak yang lainnya, pada pajak penghasilan unsur pajak yang dimaksud objek pajak secara sederhana adalah, tambahan kemampuan ekonomi yang diterima individu (Muljono, 2010 :11). Hal ini terkadang menjadi anekdot, di mana penghasilan dari hasil menggandakan uangpun dapat dikenai pajak, karena merupakan tambahan kemampuan ekonomi.

Tarif pajak di mana salah satu dari unsur pajak ini memiliki tarif yang berbeda-beda sesuai dengan objek pajaknya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 17 Ayat 1 menjelaskan tarif pajak yang diterapkan atas Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tarif Pajak PPh bagi Wajib Pajak Orang Pribadi

Lapisan Penghasilan Kena Pajak	Tarif Pajak
Sampai dengan Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)	5% (lima persen)
Di atas Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah)	15% (lima belas persen)
Di atas Rp250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)	25% (dua puluh lima persen)
Di atas Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)	30% (tiga puluh persen)

Sumber: Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008

Selain pajak penghasilan dengan tarif pajak berdasarkan Pasal 17 Ayat 1, usaha jasa titip barang mewah ini dapat dikenakan PPh pasal 22. Dalam PPh pasal 22 impor, pemungut pajak yaitu Direktorat Bea Cukai menjelaskan adanya objek pemungutan pajak impor barang (nilai impor adalah nilai yang menjadi dasar penghitungan Bea Masuk adalah *cost, insurance, freight* (CIF), ditambah bea masuk dan pungutan lainnya yang dikenakan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan Pabean di bidang impor). Keputusan Menteri Keuangan No. 254/KMK.03/2001, besarnya pungutan PPh pasal 22 impor adalah :

- a. Atas impor yang menggunakan Angka Pengenal Importir (API) sebesar 2,5% dari nilai impor;
- b. Atas impor yang tidak menggunakan Angka Pengenal Importir (API) sebesar 7,5% dari nilai impor;
- c. Atas impor yang tidak dikuasai sebesar 7,5% dari harga jual lelang.

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 107/PMK.010/2015 tentang pemungutan pajak penghasilan pasal 22 sehubungan dengan pembayaran atas penyerahan barang dan kegiatan di bidang impor atau kegiatan usaha di bidang lain, dalam PMK ini menyebutkan daftar impor barang-barang tertentu yang dikenakan pemungutan pajak penghasilan pasal 22 sebesar 10% dan 7,5%.

Usaha jasa titip ini berhubungan dengan kegiatan impor barang yang dibawa langsung oleh pelaku usaha. Dasar Hukum Peraturan Menteri Keuangan Nomor: 203/PMK.04/2017 tentang Ketentuan Ekspor dan Impor Barang yang Dibawa oleh Penumpang dan Awak Sarana Pengangkut, definisi penumpang adalah setiap orang yang melintasi perbatasan wilayah negara dengan menggunakan sarana pengangkut tetapi bukan awak sarana pengangkut dan bukan pelintas batas. Sedangkan, awak sarana pengangkut adalah setiap orang yang karena pekerjaannya harus berada dalam

sarana pengangkut dan datang bersama sarana pengangkut.

Barang impor bawaan penumpang atau barang impor bawaan awak sarana pengangkut yang tiba sebelum atau setelah kedatangan penumpang atau awak sarana pengangkut, diperlakukan sebagai barang yang tiba bersama penumpang atau awak sarana pengangkut, sepanjang dapat dibuktikan kepemilikannya dengan menunjukkan paspor dan *boarding pass* yang bersangkutan, serta sepanjang memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. Paling lama 30 (tiga puluh) hari sebelum kedatangan penumpang, dan/atau 60 (enam puluh) hari setelah kedatangan penumpang. Untuk penumpang yang menggunakan sarana pengangkut laut; atau
- b. Paling lama 30 (tiga puluh) hari sebelum kedatangan penumpang, dan/atau 15 (lima belas) hari setelah penumpang tiba. Untuk penumpang yang menggunakan sarana pengangkut udara.

Barang impor yang dibawa oleh penumpang atau awak sarana pengangkut wajib diberitahukan kepada pejabat bea dan cukai di kantor pabean yang dapat dilakukan secara lisan atau secara tertulis. Pemberitahuan secara tertulis disampaikan dengan menggunakan *customs declaration* atau pemberitahuan impor barang khusus.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan atau panduan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Puspaning *et al.* (2018) yang berjudul "Desain Sistem Jasa Titip Berbasis *E-Commerce* Untuk Memudahkan Para Penyedia Jasa Titip Kue" menyimpulkan bahwa bisnis *e-commerce* digunakan untuk meningkatkan penjualan karena dapat mempermudah konsumen pada saat berbelanja. Aplikasi jasa titip yang dibuat dengan menggunakan MySQL dan PHP dinilai lebih memudahkan bagi konsumen maupun pelaku usaha. Pada saat ini penggunaan media sosial berupa instagram dapat memberikan kemudahan untuk berlangsungnya usaha jasa titip.

Selain media sosial sebagai alat bantu dalam usaha jasa titip, adanya jasa ekspedisi pun berpengaruh dalam proses bisnis jasa titip online dikarenakan antara pelaku usaha dan konsumen rata-rata berada di wilayah yang berbeda. Penelitian Dhani *et al.* (2017) dalam judul "Saluran Penyampaian / Distribusi Jasa" menyimpulkan bahwa saluran penyerahan adalah sarana yang digunakan perusahaan jasa untuk mengirimkan satu atau lebih unsur produk kepada pelanggannya. Selama suatu lembaga atau perusahaan itu menawarkan barang atau jasa, masalah distribusi ini

tidak dapat dipisahkan. Kegiatan distribusi langsung diarahkan oleh produsen untuk mendistribusikan hasil produksinya kepada pembeli.

Distribusi barang yang merupakan hasil dari jasa yang dijadikan usaha tersebut dapat dijadikan sebagai variabel biaya dalam perhitungan pendapatan. Oleh karena itu, usaha jasa titip ini dapat memberikan pendapatan bagi pelaku usahanya. Penelitian yang berjudul "Kewajiban Pendaftaran Bagi Subjek Pajak Yang Telah Memenuhi Syarat Sebagai Wajib Pajak" menyimpulkan bahwa subjek pajak yang sudah memenuhi syarat objektif dan syarat subjektif wajib mendaftarkan diri sebagai wajib pajak (Correia & Silva, 2014). Persyaratan objektif adalah persyaratan bagi subjek pajak yang menerima atau memperoleh penghasilan atau diwajibkan untuk melakukan pemotongan/pemungutan sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Pajak Penghasilan.

Pengetahuan dan pemahaman wajib pajak mengenai peraturan perpajakan berkaitan dengan perilaku yang akan diambil oleh wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Semakin wajib pajak mengetahui dan memahami, maka wajib pajak dapat menentukan perilakunya sesuai dengan ketentuan perpajakan. Apabila wajib pajak tidak memiliki pengetahuan mengenai peraturan dan proses perpajakan, maka wajib pajak tidak dapat menentukan perilakunya dengan tepat (Nugroho dan Zulaikha, 2012). Masalah kepatuhan pajak merupakan permasalahan klasik di Indonesia yang berkaitan dengan kewajiban perpajakan yang telah diatur dalam undang-undang.

3. METODE PENELITIAN

Kata kunci terkait perpajakan dan usaha jasa titip sangat mudah ditemukan di internet. Sehingga untuk mengidentifikasi dan membandingkan konsep-konsep tersebut memerlukan metode yang tepat agar sumber yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan. Melihat aspek tersebut penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Rachmat Kriyantono (2006) menyatakan bahwa, "Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya."

Penggunaan data sekunder dalam pendekatan kualitatif ini didapatkan dari salah satu *online shop* yang memenuhi kriteria di mana melakukan usaha jasa titip barang mewah seperti tas *branded* yang berlokasi di Kota Batam yang melakukan pembelian barang di luar negeri, seperti Negara Prancis dan Singapura dan memiliki pengikut lebih dari 100.000. Selain itu, dari akun sosial media yang sama juga, akun *online shop* ini kerap memberikan pendapat mengenai ketentuan perpajakan yang berkaitan dengan usahanya. Sampel ini diambil secara acak oleh penulis yang telah

mengikuti akun *online shop* ini lebih dari 3 bulan. Untuk penelitian ini, dilakukan dengan melihat proses bisnis *online shop*, pengiklanan, sampai terkirimnya barang ke pembeli. Perhitungan dari data yang didapat dilakukan untuk menjawab permasalahan penelitian. Dalam perhitungan data ini, data-data (penghasilan dan biaya) yang telah dikumpulkan melalui data sekunder diperhitungkan secara sederhana yaitu dengan pengurangan antara penghasilan yang didapat dan biaya yang dikeluarkan sehingga dapat mudah untuk diterima dan dipahami.

4. HASIL PENELITIAN

Perkembangan teknologi saat ini telah mengakibatkan berkembangnya sektor perdagangan ke arah modern. Melalui pemasaran digital, pelaku usaha dapat memanfaatkan cara tersebut untuk melakukan usahanya secara efektif. Sangat dimungkinkan untuk beberapa individu memilih cara instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Pada perkembangan zaman ini yang ditandai dengan perkembangan internet, pemenuhan kebutuhan secara instan tersebut salah satunya dengan adanya bantuan jasa titip. Oleh sebab itu, usaha jasa titip ini menimbulkan pergeseran budaya dalam berbelanja.

Usaha jasa titip *online* ini menguntungkan bagi beberapa pihak yaitu bagi konsumen maupun pelaku usaha jasa titip. Pihak konsumen dapat mendapatkan kemudahan membeli barang yang diperolehnya dengan hanya menggunakan *gadget*. Bisnis ini juga menjanjikan keuntungan bagi pihak pelaku usaha jasa titip meskipun tanpa adanya modal. Adanya keuntungan yang didapat oleh pelaku usaha jasa titip ini menimbulkan kewajiban perpajakan. Sampel yang digunakan untuk melihat adanya kewajiban perpajakan atas usaha jasa titip ini merupakan salah satu *online shop* yang berdomisili di Kota Batam, Indonesia. *Online shop* ini dalam melakukan usaha jasa titip biasa melakukan proses pembelian barang-barangnya di luar negeri seperti Singapura dan Prancis. Barang-barang yang di jual adalah tas, baju, atau aksesoris yang bermerek seperti *Zara, Michael Kors, Bimba Y Lola, Louis Vuitton, Balenciaga, Coach, Gucci, Marc Jacob, Tory Burch, Celine, Kenzo, MCM*, dan merek lainnya.

Proses usaha jasa titip dalam *online shop* tersebut biasanya menggunakan sistem *pre order*, sehingga rata-rata barang-barang yang dibelinya pasti sudah terbeli oleh konsumen. *Pre order* (PO) adalah sebuah sistem pembelian barang dengan memesan dan membayar terlebih dahulu di awal kepada penyedia barang, dengan masa tenggang waktu kedatangan barang yang telah di tentukan penjual. Dalam 1x *pre order* rata-rata *online shop* tersebut membuka slot kurang lebih 100 barang. Jika pembelian barang dilakukan di Paris, biasanya dalam 1x *pre order* akan membuat masa tenggang waktu 1 bulan atau 2 bulan dari waktu kedatangan barang. Sedangkan untuk pembelian yang dekat, seperti Singapura dan

Malaysia akan membuat tenggang waktu kurang dari satu minggu. Apabila negara tujuan belanjanya dekat maka *online shop* ini hanya membutuhkan biaya yang lebih kecil dibandingkan biaya untuk belanja di negara-negara Eropa. Oleh karena itu, pembelanjaan di negara yang dekat lebih sering dibandingkan untuk belanja di negara-negara Eropa. Berikut diuraikan perhitungan perkiraan pendapatan dari *online shop* tersebut yang melakukan usaha jasa titip barang *branded*.

Perhitungan ini didukung berdasarkan dari data sekunder yang diperoleh oleh penulis, di mana dari situs tersebut menyebutkan bahwa perbedaan harga di Indonesia dengan di *Bicester Village* bisa mencapai hingga 54%. Oleh sebab itu, minat terhadap jasa titip ini masih besar dikalangan masyarakat Indonesia karena harganya yang signifikan berbeda dengan di Indonesia. Bagi pelaku usaha pun masih menguntungkan walaupun harus mengeluarkan biaya untuk tiket pesawat, akomodasi, dan kebutuhan lainnya selama di *Bicester Village*. Dari situs perjalanan (*traveloka*) didapatkan bahwa harga tiket dari Batam ke Prancis adalah Rp12.305.700,00 per 1x berangkat dan harga hotel di sana rata-rata adalah Rp.1500.000,00 per malamnya. Berdasarkan peninjauan penulis terhadap kegiatan *online shop* batam ini berikut perkiraan besar pendapatannya per 1x melakukan *pre order*.

Tabel 4.1 Perhitungan Perkiraan Pendapatan Pelaku Usaha Jasa Titip

Biaya Tiket Pesawat dalam 1x <i>Pre Order</i>	Rp12.305.700 × 4 (karena 2 orang dengan perjalanan pulang pergi) = Rp49.222.800
Biaya Hotel dalam 1x <i>Pre Order</i>	Rp1.500.000 × 7 (biasanya <i>online shop</i> tersebut melakukan perjalanan di sana selama 7 hari) = Rp10.500.000
Biaya Makan + Transportasi	Rp400.000.000 × 18 = 7.200.000
Total Biaya dalam 1x <i>Pre Order</i>	Rp66.922.800
Perkiraan Keuntungan yang di Ambil Untuk 1 Tas / Barang Mewah	Rp. 800.000
Perkiraan Total Keuntungan Kotor dalam 1x <i>Pre Order</i>	Rp800.000 × 100 = Rp80.000.000
Perkiraan Total Keuntungan Bersih dalam 1x <i>Pre Order</i>	Rp80.000.000 - Rp66922800 = Rp13.077.200
Perkiraan Pendapatan 1 Tahun	Rp13.077.200 × 12 = Rp156.926.400

Sumber : Data Penelitian (2019)

Data yang digunakan dari perhitungan tersebut merupakan data yang didapatkan dari situs-situs pendukung seperti situs perjalanan (*traveloka*) dan

blog yang membahas mengenai keuntungan usaha jasa titip dan biaya yang dikeluarkan untuk kehidupan selama di negara tempat pelaku usaha membeli barang-barangnya. Lamanya waktu menginap, jumlah tiket pesawat, biaya makanan, dan transportasi merupakan hasil asumsi penulis yang diperoleh berdasarkan pengamatan yang dilakukan ketika pelaku usaha tersebut melakukan pembelian barang ke negara tujuan dan berdasarkan perkiraan normal kebutuhan hidup manusia.

Berdasarkan dari perhitungan tersebut, usaha jasa titip barang mewah yang dilakukan oleh salah satu *online shop* yang ada di Kota Batam ini dapat dikenakan pajak penghasilan. Penghasilan neto yang sudah melebihi dari penghasilan tidak kena pajak yaitu sebesar Rp54.000.000,00 merupakan salah satu syarat dimana subjek pajak harus membayar pajak. Dari pendapatan sebesar Rp156.926.400 dikurangi dengan Rp54.000.000 adalah Rp102.926.400 ini dikalikan dengan tarif pajak yang ada di UU Pajak Penghasilan Pasal 17.

Selain pemenuhan kewajiban perpajakan berupa pajak penghasilan pasal 17, atas usaha jasa titip barang mewah ini dapat juga dikenakan PPh pasal 22 terkait perdagangan barang yang dianggap "menguntungkan", sehingga baik penjual maupun pembelinya dapat menerima keuntungan dari perdagangan tersebut. PPh pasal 22 terkait barang impor ini dipungut oleh Direktorat Bea Cukai. Barang-barang yang biasanya di jual dalam usaha jasa titip ini misalnya parfum, tas perempuan, tas eksekutif, alas kaki, dan lainnya termasuk dalam daftar impor barang-barang tertentu yang di kenakan pemungutan pajak penghasilan pasal 22 sebesar 10% (sepuluh persen).

Perhitungan penghasilan tersebut merupakan salah satu contoh pelaku usaha jasa titip barang mewah dengan pendapatan yang diperkirakan berdasarkan hasil pengamatan. Dapat saja ditemukan pelaku usaha jasa titip di negara ini dengan meraup keuntungan yang lebih besar atau lebih kecil dikarenakan usaha tersebut saat ini sedang gencar-gencarnya dilakukan karena mendapatkan banyak keuntungan bagi pelaku usaha.

Berdasarkan definisi pajak sendiri yang merupakan kewajiban dari subjek pajak dimana ini adalah sebuah kesadaran sendiri dari subjek pajaknya. Banyak diketahui bahwa masyarakat Indonesia ini kurang sadar terhadap kewajiban perpajakannya. Salah satu contohnya adalah dengan adanya oknum pelaku usaha jasa titip yang tidak melaporkan kewajiban perpajakannya. Oknum-oknum yang dengan sengaja tidak membayar pajaknya beranggapan bahwa pajak ini dapat memperkecil keuntungan. Atas kesengajaannya tidak membayar pajak yang seharusnya dibayarkan, pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi. Kelalaian atas pajak penghasilan dapat dikenakan sanksi bunga yaitu sebesar 2% dari tidak/kurang bayar maksimal 24 bulan.

Permasalahan ini juga dibahas oleh ditjen bea dan cukai seperti yang dikutip dalam artikel yang di situs berita *CNN Indonesia* (2019), dimana DJBC mengimbau pelaku usaha jasa titip untuk mematuhi kewajiban perpajakan dan kepabeanan. Pemerintah sendiri tidak melarang adanya usaha jasa titip ini asalkan pelaku usaha tidak menghindarkan kewajiban perpajakannya. Pelaku usaha juga harus memahami risiko keamanan dan tanggung jawab atas barang yang di bawanya. Negara ini menegakan prinsip keadilan, sehingga pemerintah juga menerapkan hal yang sama pada pelaku usaha jasa titip dengan pelaku pelaku usaha sektor perdagangan konvensional. Penerapan prinsip keadilan tersebut contohnya dengan pelaku usaha jasa titip harus membayar bea masuk jika harga barang yang dibawa dari luar negeri di atas US\$500. Besaran bea masuk dipukul rata 10 persen dari harga barang setelah dikurangi US\$500. Selain itu, pelaku usaha juga harus membayar Pajak Penghasilan (PPH) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Pada saat ini, institusi kepabeanan antara negara saling bekerja sama dan bisa tukar-menukar terkait data dan informasi. Kerja sama tersebut contohnya dengan DJBC bisa mengetahui orang membeli tas mahal di luar negeri dari informasi pengurusan pengembalian pajak. Jika seseorang menghindar dari tanggung jawabnya, ia akan terkena sanksi sesuai Undang-undang Kepabeanan. Selain denda, barang yang dibawa juga bisa disita oleh negara. Pemerintah sendiri telah menegaskan bahwa pelaku usaha jasa titip ini tidak perlu takut harga barang yang dititipi semakin mahal. Berdasarkan penilaiannya, barang-barang yang dititipkan di luar negeri lebih murah dibandingkan dengan barang yang ada di toko Indonesia. Meski dikenai bea dan pajak, harga barang luar negeri yang dibeli dengan cara menitip tidak perlu menanggung biaya-biaya yang ditanggung oleh pedagang konvensional seperti biaya penyimpanan, karyawan, dan toko.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa klasifikasi pelaku usaha jasa titip online yang dapat dikenakan pajak telah tertuang dalam UU Pajak Penghasilan Nomor 36 Tahun 2008. Dari usaha jasa titip barang mewah (*parfume*, tas, aksesoris, pakaian) ini dapat dikenakan pajak atas pajak penghasilan berdasarkan dari hasil penelitian. Selain dapat dikenakan pajak penghasilan atas penghasilan pribadinya, usaha jasa titip online barang mewah dapat dikenakan juga Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan kepabeanan. Dampak apabila pelaku usaha jasa titip tidak membayar pajak yang seharusnya dibayar adalah pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi bunga atas pajak penghasilannya yaitu sebesar 2% dari PPh kurang/tidak bayar perbulannya maksimal 24 bulan. Dari peraturan yang telah ada juga menegaskan bahwa pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi denda

dan bisa juga barangnya disita. Permasalahan – permasalahan ini masih sering terjadi karena dari pihak pelaku usaha jasa titip barang mewah ini yang belum mengetahui aturan bea masuk dan pelaksanaannya. Selain itu, pengetahuan mengenai kewajiban pajak atas setiap barang yang diniagakan juga masih minim. Hal itu menjadi kendala bagi para pelaku usaha jasa titip.

Saran yang dapat peneliti berikan atas hasil penelitian ini adalah pertama bagi pihak pelaku usaha jasa titip barang mewah dimana harus lebih sadar akan kewajiban perpajakannya dimulai dengan membaca atau mencari tahu tentang aturan dan pelaksanaan pajak penghasilan, PPN, dan kepabeanan agar tidak merugikan juga untuk pelaku usahanya. Sehingga dalam menjalankan usahanya pelaku usaha dapat tenang melakukannya begitupun negara yang tidak dirugikan atas usaha tersebut. Saran kedua adalah agar pemerintah lebih menyosialisasikan aturan dan pelaksanaan mengenai pajak penghasilan, PPN, dan kepabeanan. Hal tersebut dikarenakan pajak-pajak tersebut sangat erat kaitannya dengan pelaku usaha yang sedang berkembang di era ini. Misalnya dengan membuat iklan di *social media*, tv, radio, memuat aturan dan pelaksanaan hal tersebut di dalam situs resmi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) serta sosialisasi langsung kepada masyarakatnya di beberapa lingkungan yang memiliki potensi atas pajak-pajak terkait. Lalu hal yang dapat dilakukan pemerintah lainnya adalah selalu meng-*update* informasi dan data mengenai usaha jasa titip online barang mewah tersebut agar negara tidak merasakan kecolongan atas kegiatan usaha tersebut.

6. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Sesuai dengan penemuan dalam penelitian ini, untuk penelitian selanjutnya, frekuensi dilakukannya usaha jasa titip, keuntungan yang diperoleh pelaku usaha, biaya yang dikeluarkan pelaku usaha, serta sistematika usaha jasa titip dapat diperhatikan untuk melakukan penelitian terhadap masalah ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah faktor yang digunakan untuk perhitungan pendapatan berdasarkan perkiraan oleh penulis dari hasil pengamatan yang dilakukannya. Oleh karena itu, hasil perhitungan perkiraan pendapatan tidak menimbulkan unsur realitas.

PENGHARGAAN (ACKNOWLEDGEMENT)

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada para pihak yang telah memberikan kontribusi berupa sumbangan saran dan kontribusi lainnya terhadap penyelesaian penelitian ini. Dikhususkan, penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak D. A. Safitra selaku dosen Pajak Pertambahan Nilai dalam Kelas 5-04 D III PBB/Penilai sebagai pembimbing bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga bertanggung jawab sepenuhnya terhadap hasil

penelitian ini, termasuk *error* yang kemungkinan terjadi.

DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

- Correia, G. M., & Silva, L. K. (2014). Paper Pajak.Yogyakarta: Fakultas Hukum Atmajaya.
- Dhana, D. P., & etc. (2017). Saluran Penyampaian / Distribusi Jasa. Malang: Universitas Negeri Malang Fakultas Ekonomi.
- Ditjen Bea Cukai Imbau Usaha Jasa Titip Patuhi Aturan Pajak.* (2019, April 29). Retrieved Desember 10, 2019, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190426195428-532-390019/ditjen-bea-cukai-imbau-usaha-jasa-titip-patuhi-aturan-pajak>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). In *Pemasaran Jasa : (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Gustian, D., & Irwansyah, L. (2006). In *Pelaporan PPN & Pajak Penj. Br. Mewah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hutahaean, M. (2011, Oktober 9). *Konsep Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, Konsumerisme*. Retrieved April 19, 2020, from <http://meltrilla.blogspot.com/2011/10/konsep-konsumsi-konsumen-konsumtif.html>
- Kaufman, I., & Horton. (2017). *Digital Marketing, Integrating Strategy, and Tactics with Values Aphotesis*. Retrieved from <https://aphotesis.lib.teicrete.gr/handle/11713/8242>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Muljono, D. (2010). *Panduan Brevet Pajak : Pajak Penghasilan*. Yogyakarta: ANDI.
- Muslich, I. S., & Irwansyah. (2020). Instagram dan Fenomena "Jastip" di Indonesia. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspective In Communication*, 9(2), 151.
- Nugroho, R. A., & Zulaikha. (2012). FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAUAN UNTUK MEMBAYAR PAJAK DENGAN KESADARAN MEMBAYAR PAJAK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING(Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas Yang Terdaftar Di KPP Pratama Semarang Tengah Satu). *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 1(2), 1-11.
- Pangastuti, T. (2014, Oktober 31). *Tren Gaya Hidup Konsumtif*. Retrieved Desember 23, 2019, from <https://wartakota.tribunnews.com/2014/10/31/tren-gaya-hidup-konsumtif>
- Purwanti, T. (2019, Mei 9). *Mengenal Jastip, Usaha Tanpa Modal dengan Keuntungan Selangit*. Retrieved from

- <https://www.cekaja.com/info/mengenal-jasti-usaha-tanpa-modal-dengan-keuntungan-selangit/>
- Puspaning, V. R., Sulaksono, A. G., & Andarwati, M. (2018). Desain Sistem Jasa Titip Berbasis E-Commerce Untuk Memudahkan Para Penyedia Jasa Titip Kue. *Jurnal FTI*, 2(1), 1143-1144.
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan*. Sekretariat Negara Republik Indonesia. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang*. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2001. *Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 254/KMK.03/2001 Tentang Penunjukan Pemungutan Pajak Penghasilan Pasal 22, Sifat dan Besarnya Pungutan Serta Tata Cara Penyetoran dan Pelaporannya*. Menteri Keuangan Republik Indonesia. Jakarta
- Republik Indonesia. 2015. *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 107/PMK.010/2015 Tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 154/PMK.03/2010 Tentang Pemungutan Pajak Penghasilan Pasal 22 Sehubungan Dengan Pembayaran Atas Penyerahan Barang dan Kegiatan Di Bidang Impor Atau Kegiatan Usaha Di Bidang Lain*. Kepala Biro Umum u.b. Kepala Bagian T.U. Kementerian. Jakarta
- Republik Indonesia. 2017. *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 203/PMK.04/2017 Tentang Ketentuan Ekspor dan Impor Barang Yang Dibawa Oleh Penumpang dan Awak Sarana Pengangkut*. Direktur Jenderal Peraturan Perundang-Undangan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Jakarta.
- Soedjatmiko, H. (2007). *Saya Berbelanja Maka Saya Ada : Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*. Bandung: Jalasutra.
- Sumber Pendapatan Negara : Pajak, Nonpajak, dan Hibah*. (2018, September 2). Retrieved Desember 23, 2019, from Onlinepajak: <https://www.online-pajak.com/sumber-pendapatan-negara>