

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah Peneliti uraikan di atas, berikut akan disampaikan kesimpulan dan saran, sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. *Cashback* memenuhi seluruh unsur untuk dapat dikategorikan sebagai penghasilan yang dapat dikenakan pajak sebagaimana ketentuan Pasal 4 ayat 1 UU PPh. *Pertama*, tambahan saldo ataupun poin yang diterima oleh konsumen dari *platform e-commerce* merupakan tambahan kemampuan ekonomis bagi penerima *cashback*. *Kedua*, penggunaan *cashback* pada pembelanjaan berikutnya maupun sebagai investasi memenuhi unsur dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan. *Ketiga*, *cashback* yang berasal dari *platform e-commerce* merupakan penghasilan bagi penerima *cashback* tanpa melihat dari mana sumber penghasilan tersebut. *Keempat*, *cashback* berupa tambahan saldo atau poin merupakan penghasilan dalam nama dan bentuk apapun.
2. Mempertimbangkan masifnya pemberian *cashback* dan nominal pemberian *cashback* yang relatif kecil, penerapan *withholding tax* dengan skema PPh final yang penghitungan pajak terutangnya didasarkan pada jumlah *cashback* yang diterima atas setiap transaksi merupakan rekomendasi kebijakan yang paling efektif untuk diterapkan. *Withholding tax* memberikan kemudahan bagi penerima *cashback* selaku subjek pajak penghasilan dari transaksi *cashback* dalam melakukan kewajiban perpajakannya. Penunjukan pihak ketiga sebagai pemotong pajak juga dapat meminimalisir *administration cost* dan *compliance cost* baik bagi otoritas perpajakan maupun penerima *cashback*. Dilain sisi penerapan *withholding tax* dapat menambah beban administrasi bagi *platform e-commerce*. Dalam hal penentuan tarif pajak yang efektif dalam pengenaan pajak penghasilan atas *cashback* perlu dibuat kajian yang lebih mendalam, agar jangan sampai tarif pajak yang tidak efektif justru

akan menghambat pertumbuhan *e-commerce* dan menurunkan minat masyarakat untuk melakukan transaksi pada *platform e-commerce*.

B. Saran

1. Undang-undang Pajak Penghasilan dan ketentuan perpajakan yang ada saat ini belum ada yang mengatur secara khusus terkait dengan pajak penghasilan atas *cashback*. Melihat terdapatnya potensi pajak atas *cashback* diharapkan Direktorat Jenderal Pajak dapat melalui Direktorat Peraturan Perpajakan II dapat merumuskan suatu ketentuan perpajakan atas *cashback* yang melingkupi subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, dasar pengenaan pajak serta sistem pemungutan pajak dalam bentuk Peraturan Pemerintah yang berfungsi sebagai payung hukum agar dapat mengakomodir pengaturan pajak penghasilan atas *cashback*.
2. Penerapan *withholding tax* dalam pemungutan pajak penghasilan atas *cashback* harus diikuti dengan pengaturan terkait dengan simplikasi bukti pemotongan pajak, mengingat aturan terkait dengan hal tersebut saat ini belum mengakomodir transaksi yang sifatnya masif seperti *cashback*. Dalam *withholding tax*, pemotong pajak yang ditunjuk harus membuat bukti potong atas setiap transaksi dan penerima *cashback* harus melaporkannya dalam SPT Tahunan. Selain itu juga diperlukan pengaturan mengenai kode pajak dan kode jenis setoran khusus atas *cashback* untuk memudahkan otoritas perpajakan untuk melakukan pengawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L. (2017). *Dasar-dasar Kebijakan Publik* (Revisi). Alfabeta.
- Alink, M., & van Kommer, V. (2000). Handbook for Tax Administrations: Organizational Structure and Management of Tax Administrations. *Inter-American Center of Tax Administrations (CIAT)*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Profil Internet Indonesia Tahun 2022*.
- Taxation Determination TD 1999/34, (1999).
<https://www.ato.gov.au/law/view/pdf/pbr/td1999-034.pdf>
- Practice Statement Law Administration, (2004).
<https://www.ato.gov.au/law/view/document?docid=psr/ga20044/nat/ato/00001>
- Bardopoulos, A. M. (2015). eCommerce and the Effects of Technology on Taxation Could VAT be the eTax Solution? In *Cham: Springer. DOI* (Vol. 10). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-15449-7_1
- Basir, A. (2022). *Pengakkan Hukum Pidana Perpajakan di Indonesia (Tindak Pidana Pajak Wajib Pajak Badan dan Upaya Pengembalian Kerugian pada Pendapatan Negara)*. Cipta Media Nusantara.
- Brotodihardjo, R. S. (1993). *Pengantar Ilmu Hukum Pajak, Edisi Ketiga* (Ketiga). PT. Eresco.
- Buettner, T., Holzmann, C., Kreidl, F., & Scholz, H. (2020). Withholding-tax non-compliance: the case of cum-ex stock-market transactions. *International Tax and Public Finance*, 27(6), 1425–1452. <https://doi.org/10.1007/s10797-020-09602-9>
- Christy, F. E. (2020). Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024. 2020. <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>
- Coppola, D. (2022). *Leading countries based on retail e-commerce sales growth in 2022*. <https://www.statista.com/statistics/266064/revenue-growth-in-e-commerce-for-selected-countries/>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications Inc.
- Darussalam, D. S. (2006). *Membatasi Kekuasaan untuk Mengenakan pajak*. Jakarta: Grasindo.
- Das-Gupta, A. (1994). A theory of hard-to-tax groups. *Public Finance*, 49(sSuppl).
- Devereux, M. P. (1996). *The economics of tax policy*.
- Dube, G. (2018). The design and implementation of minibus taxi presumptive taxes. *The Service Industries Journal*, 38(11–12), 723–741.

- Dube, G., & Casale, D. (2019). Informal sector taxes and equity: Evidence from presumptive taxation in Zimbabwe. *Development Policy Review*, 37(1), 47–66.
- Dunn, W. N. (2003). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik, Edisi Kedua*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Dunn, W. N. (2008). *Public Policy Analysis - An Introduction Fourth Edition*.
- Eugene Stiglitz, J. (2000). *Economic of the Public Sector Third Edition*. W.W Norton & Company Inc.
- Farouq, M. (2018). *Hukum Pajak di Indonesia*. Prenada Media.
- Frankel, L. (2021). Here's When the IRS Might Want a Cut of Your Credit Card Rewards. 2021. <https://time.com/nextadvisor/credit-cards/are-credit-card-rewards-taxable/>
- Hambali, M. L., & Setyowati, M. S. (2020). Administrasi Pajak Pertambahan Nilai Pada Industri Teknologi Keuangan Dompot Elektronik Di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 7(02), 163–176. <https://doi.org/10.35838/jrap.v7i02.1502>
- Haptari, V. D., & Aribowo, I. (2019). Analisis Aspek Perpajakan Pada Fintech Khususnya Peer To Peer (P2P) Lending Untuk Menyusun Aturan Perpajakan. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 1(1), 11. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/pkn/article/view/597/343>
- Haula, R., & Rianto, E. S. (2012). *Pengantar Ilmu Pajak Kebijakan dan Implementasi di Indonesia*. PT.Raja Grafindo Persada.
- Ho, Y.-C. C., Ho, Y.-J. I., & Tan, Y. (2013). Online cashback pricing: a new affiliate strategy for e-business. *Proceedings of the 34th International Conference on Information Systems (ICIS)*.
- Indonesia, C. (2022). 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce. 2021. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce>
- Ipsos. (2021). *Ipsos Global Trends 2021: Belanja Online dan Produk Lokal Dominasi Pilihan Konsumen Indonesia*. [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-12/%5BPress Release%5D Ipsos Global Trends 2021 - Belanja Online dan Produk Lokal Dominasi Pilihan Konsumen Indonesia.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-12/%5BPress%20Release%5D%20Ipsos%20Global%20Trends%202021%20-%20Belanja%20Online%20dan%20Produk%20Lokal%20Dominasi%20Pilihan%20Konsumen%20Indonesia.pdf)
- Iswahyudi, H. (2020). *The problem of gross receipts taxes in Indonesia: Economic distortions and policy options*. https://mpa.ub.uni-muenchen.de/100617/1/MPRA_paper_100617.pdf
- Judisseno, R. K. (1997). *Pajak dan Strategi Bisnis: Suatu Tinjauan tentang Kepastian Hukum dan Penerapan Akuntansi di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.

- Kusumawardhani, I., & Gunadi, G. (2021). Analisis Administrasi Pajak Penghasilan Atas Cashback pada Industri Teknologi Keuangan Dompot Elektronik Di Indonesia. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 802. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i2.2246>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Management Information Systems Managing The Digital Firm (Twelfth Edition)* (Twelfth). y Pearson Education, Inc.
- Mansury, R. (1994). Panduan Konsep Utama Pajak Penghasilan Indonesia, Uraian Umum Dan Tentang Siapa-Siapa Yang Dituju Untuk Dikenakan Pajak. *Jakarta: Bina Rena Pariwara*.
- Mansury, R. (1996). Pajak penghasilan lanjutan. *Jakarta: Ind-Hill Co*.
- Mansury, R., & Badjrie, N. (1996). *Panduan konsep utama pajak penghasilan Indonesia*. Bina Rena Pariwara.
- Mardiasmo, M. B. A. (2011). Perpajakan (Edisi Revisi). *Penerbit Andi*.
- Margono, S. (2003). Metodologi Penelitian pendidikan (Cetakan Kedua), Jakarta: PT. *Rineka Cipta*.
- Marsuni, L. (2006). *Hukum dan kebijakan perpajakan di Indonesia*. UII Press.
- Merchant Machine. (2019). *Saturated Sectors: Finding Gaps in the Ecommerce Market in 2021*. <https://merchantmachine.co.uk/saturated-sectors/>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative data analysis 3rd Edition: Source book of Bew Methods. *Baverly Hills: SAGE Publications Inc*.
- Moleong, L. J. (2018). Metode penelitian kualitatif, cetakan ke-37. *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen GrabBike Online di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(10).
- Mukherjee, M., & Roy, S. (2017). E-Commerce and Online Payment in the Modern Era. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 7(5), 1–5. <https://doi.org/10.23956/ijarcsse/SV7I5/0250>
- Mustaqiem, D. (2014). Perpajakan dalam konteks teori dan hukum pajak di Indonesia. *Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta*.
- Mustari, N. (2015). Pemahaman Kebijakan Publik: formulasi, implementasi dan evaluasi kebijakan publik. *Yogyakarta: PT Leutika Nouvalitera*.
- Neuman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitaive Approaches* (5th (ed.)). Allyn and Bacon.
- Nugroho, R. (2009). *Public policy*. Kelompok Gramedia.

- Organisation for Economic Cooperation and Development. (n.d.). *Glossary of Tax Term*. <https://www.oecd.org/ctp/glossaryoftaxterms.htm>
- Pahlevi, R. (2022). Ini Sederet Promo yang Jadi Favorit Konsumen di E-Commerce. 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/27/ini-sederet-promo-yang-jadi-favorit-konsumen-di-e-commerce>
- Pinem, R. J., Afrizal, T., & Saputra, J. (2020). The Relationship of Cashback, Discount, and Voucher toward Decision to Use Digital Payment in Indonesia. *Journal of Talent Development and Excellence*, 12(3s), 2766–2774. https://www.researchgate.net/publication/342278356_The_Relationship_of_Cashback_Discount_and_Voucher_toward_Decision_to_Use_Digital_Payment_in_Indonesia
- Prasetyo, A. (2016). *Konsep dan Analisis Rasio Pajak*. PT. Elex Media Komputindo.
- PT Bukalapak.com Tbk. (2021). *Prospektus Bukalapak Tahun 2021*. https://idx.co.id/media/10062/28_buka-prospektus-ipo-2021.pdf
- PT GOTO GOJEK TOKOPEDIA Tbk. (2022). *Prospektus Awal Penawaran Umum Perdana Saham PT. Gojek Tokopedia Tbk Tahun 2022*. https://www.nhis.co.id/wp-content/uploads/2022/03/i_Prospektus_Awal_GOTO.pdf
- Ravitch, S. M., & Carl, N. M. (2021). *Qualitative Research Bridging the Conceptual, Theoretical and Methodological Second Edition* (Second). Sage Publications Inc.
- Resmi, S. (2009). *Perpajakan, Teori dan Kasus*. Salemba Empat.
- Richupan, S. (1987). Determinants of Income Tax Evasion. *Supply-Side Tax Policy: Its Relevance to Developing Countries*, Washington DC: IMF.
- Rosyida, S., & Anjarwati, A. L. (2016). Pengaruh store atmosfer dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif dengan emosi positif sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 105–127.
- Rusjdi, M. (2007). *PPh Pajak Penghasilan, Edisi keempat*. PT Macanan.
- Setiawan, A., Muna, A. N., Arumi, E. R., & Sukmasetya, P. (2020). The Growth Electronic Commerce Technology and User Interface in Indonesia. *TEST Engineering and Management*, 83, 16819–16827. https://www.researchgate.net/profile/Agus-Setiawan-14/publication/342328542_The_Growth_Electronic_Commerce_Technology_and_User_Interface_in_Indonesia/links/5eed6b2d92851ce9e7f48dae/The-Growth-Electronic-Commerce-Technology-and-User-Interface-in-Indonesia.
- Setiawan, S. (2018). E-commerce Taxation and Fiscal Policy Perspective: The Case of Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 7(3), 1–9. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v7i3.900>
- Sharma, K. (2022). CASH-BACKS: PROMOTIONAL STRATEGIES AND INCOME

- TAX TREATMENT. *Embracing Change in Business, Management & Social Sciences*, 114. https://www.researchgate.net/profile/James-Henry-17/publication/361677719_Inflation_Targeting_Concepts_Application_and_the_Nigerian_Experience/links/62e4de774246456b55f68033/Inflation-Targeting-Concepts-Application-and-the-Nigerian-Experience.pdf#page=120
- SIRCLO. (2021). *NAVIGATING INDONESIA'S E-COMMERCE: OMNICHANNEL AS THE FUTURE OF RETAIL*. <https://insights.sirclo.com/>
- Slemrod, J., & Gillitzer, C. (2014). Insights from a Tax-systems Perspective. *CESifo Economic Studies*, 60(1), 1–31. <https://doi.org/10.1093/cesifo/ift015>
- Soemarso, S. R. (2007). *Perpajakan: pendekatan komprehensif*. Penerbit Salemba.
- Sommerfeld, R. M., Anderson, H. M., Brock, H. R., Madeo, S. A., & Milliron, V. (1969). *An Introduction to taxation*. Harcourt, Brace & World.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian dan Pengembangan Research and Development, Untuk Bidang Pendidikan, Manajemen, Sosial, Teknik* (Cetakan Ke). Alfabeta, CV.
- Thuronyi, V. (2004). Presumptive taxation of the hard-to-tax. *Contributions to Economic Analysis*, 268, 101–120.
- Traver, C. G., & Laudon, K. C. (2018). *E-commerce 2017: Business, Technology, Society*. Pearson.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., & Liang, Ting-Peng, Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective* (Eighth Edi). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10091-3>
- Uly, Y. A. (2022). Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai Rp 108,54 Triliun di Kuartal I-2022. 2022. <https://money.kompas.com/read/2022/08/03/211200826/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp-108-54-triliun-di-kuartal-i-2022?page=all>
- Wijaya, S., & Yerikho, G. (2021). *PAJAK PENGHASILAN: PERLAKUAN CASHBACK OLEH PERUSAHAAN DOMPET DIGITAL*. https://www.researchgate.net/publication/351509146_PAJAK_PENGHASILAN_PERLAKUAN_CASHBACK_OLEH_PERUSAHAAN_DOMPET_DIGITAL
- Yerikho, G., & Wijaya, S. (2021). Treatment of Cashback in Income Tax. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3), 539. <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.074>
- Zainal Abidin, S. (2016). *Kebijakan Publik* (3rd ed.). Salemba Humanika.