

**PERSPEKTIF TERHADAP KEMUNGKINAN  
PEMAJAKAN ATAS TRANSAKSI CASHBACK  
DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PAJAK**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi



Oleh:

**ESTER FEBRIANA PURBA**

1901036021

**S1 AKUNTANSI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MULAWARMAN**

**SAMARINDA**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi *Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak

Nama Mahasiswa : Ester Febriana Purba

NIM : 1901036021

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

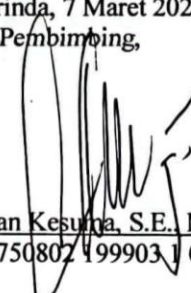
Program Studi : S1 – Akuntansi

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Menyetujui,

Samarinda, 7 Maret 2024

Pembimbing,

  
Agus Iwan Kesuma, S.E., M.A

NIP. 19750802 199903 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mulawarman



Dr. Zainal Abidin, SE., M.M

NIP. 19650707 199303 1 005

Lulus Tanggal Ujian : 27 Februari 2024

**SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS**

Judul Skripsi : Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi *Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak  
Nama Mahasiswa : Ester Febriana Purba  
NIM : 1901036021  
Hari : Selasa  
Tanggal Ujian : 27 Februari 2024

**TIM PENGUJI**

1. Agus Iwan Kesuma, S.E., M.A  
NIP. 19750802 199903 1 001



.....

2. Dr. Wulan Iyhg Ratna Sari, M.Si., CSP., CMA  
NIP. 19770328 200312 2 001



.....

3. Aspyan Noor, S.E., M.E  
NIP. 19810115 200812 1 001

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur penjiplakan, saya bersedia Skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 16 Januari 2024



Ester Febriana Purba

NIM. 1901036021

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

### UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ester Febriana Purba

Nim : 1901036021

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembanagan ilmu pengetahuan, dengan ini saya menyetujui untuk memberikan izin kepada pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman, Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya tulis ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi *Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif ini, pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman berhak menyimpan, mengalih media atau memformat, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Samarinda  
Tanggal : 17 Januari 2024  
Yang menyatakan,



Ester Febriana Purba

NIM. 1901036021

## RIWAYAT HIDUP



**Ester Febriana Purba**, lahir pada tanggal 21 Februari 2001 di kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, anak dari Bapak Benar Purba dan Ibu Dahlia Sinaga. Memulai pendidikan tingkat dasar di SDN 001 Balikpapan Selatan dan lulus pada tahun 2013 yang kemudian pada tahun yang sama melanjutkan lagi Sekolah Menengah Pertama di SMPN 12 Balikpapan dan lulus pada tahun 2016. Menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Balikpapan dan dinyatakan lulus pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda dengan memilih jurusan Akuntansi dengan konsentrasi Perpajakan. Penulis melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh LP2M angkatan 48 Universitas Mulawarman bertempat di Kelurahan Marga Sari, Kecamatan Balikpapan Barat, Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur pada bulan Juni hingga Agustus pada tahun 2022.

Samarinda, 28 Februari 2024

Ester Febriana Purba

## ABSTRAK

**Ester Febriana Purba. Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi *Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak. Dosen pembimbing Agus Iwan Kesuma.** Era digital yang berkembang pesat telah mempengaruhi bisnis modern pada masa kini. Masyarakat sudah familiar dengan inovasi pada sektor keuangan yang disebut *financial technology (fintech)*. Para *startup fintech* mengembangkan pasar mereka dengan bekerja sama pada para penjual serta sejumlah penawaran kepada konsumen yakni salah satunya dalam bentuk *cashback*. Perkembangan *cashback* yang pesat sangat berpotensi untuk menjadi sumber penerimaan pajak yang baru, tetapi Indonesia belum memiliki peraturan yang jelas dalam memajaki *cashback*. Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis terkait pengklasifikasian *cashback* sebagai sebuah objek penghasilan kena pajak. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis mekanisme pengenaan pajak atas transaksi *cashback* yang dapat meningkatkan penerimaan pajak di Indonesia. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model Miles dan Huberman. Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian ini adalah *cashback* dapat dikategorikan sebagai penghasilan sesuai dengan Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 7 Tahun 2021 pasal 4 ayat (1). Mekanisme perpajakannya ialah penghasilan *cashback* yang telah diterima selama 1 periode dimasukkan ke dalam kolom penghasilan lain di SPT Tahunan. Serta pemotongan pajak penghasilan melalui pihak ketiga atas transaksi *cashback* dianggap mampu meningkatkan penerimaan pajak di Indonesia.

**Kata Kunci:** *Transaksi Cashback, Pajak Penghasilan, Self Assessment System, E-commerce*

## **ABSTRACT**

***Ester Febriana Purba. The Perspective on the Possibility of Taxing on Cashback Transaction in Increasing Tax Revenue. Advisory lecturer Agus Iwan Kesuma.*** The rapidly growing digital era has influenced modern business today. People are familiar with innovations in the financial sector called financial technology (fintech). Fintech startups develop their market by working with merchants as well as a number of offers aimed at consumers, one of which is in the form of cashback. The rapid development of cashback has the potential to become a new source of tax revenue, but until now Indonesia has no clear regulations on taxing cashback. This research is focused on analyzing the classification of cashback as an object of taxable income. Furthermore, this research will also analyze the tax imposition mechanism on cashback transactions that can increase tax revenue in Indonesia. This research uses qualitative research. Data collection techniques involved interviews, documentation and literature studies. The data analysis used in this research is the analysis of Miles and Huberman. The conclusion based on the results of this research is that cashback can be categorized as income in accordance with Income Tax Law Number 7 of 2021 article 4 paragraph (1). The taxation mechanism is that cashback income that has been received for 1 period is included in the other income column in the Annual Tax Return. As well as withholding income tax through a third party on cashback transactions is considered capable of increasing tax revenue in Indonesia.

***Keywords: Cashback Transaction, Income Tax, Self Assessment System, E-commerce***



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman dengan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul “Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi *Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak”.

Peneliti sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. H. Abdunnur., M.Si selaku Rektor Universitas Mulawarman Samarinda.
2. Dr. Zainal Abidin, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman.
3. Ibu Dwi Risma Deviyanti, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman.
4. Dr. H. Zaki Fakhroni, Akt., CA., CTA., CFrA., CIQaR selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman.
5. Bapak Agus Iwan Kesuma, S.E., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberi saran, petunjuk dan nasehat untuk mengarahkan peneliti dalam pembuatan skripsi ini.

6. Kepada Bapak Agus Sugianto, dari Direktorat Jenderal Pajak yang sudah bersedia menjadi informan selama penelitian.
7. Bapak Benar Purba dan Ibu Dahlia Sinaga, selaku orang tua peneliti yang dengan ikhlas lahir batin merawat dan membesarkan peneliti serta senantiasa memberikan dukungan doa, moril, dan materil hingga penyusunan skripsi ini selesai.
8. Saudara tersayang Kakak Doris Krisniati, Oktaviani Firmanda, dan Adik Tumbur Doli yang selalu membantu, mengingatkan dan memotivasi peneliti selama mengerjakan skripsi.
9. Sahabat peneliti Arsyi, Aria, Elan, Yuzal, Jessica, Priscillia, dan Friska yang tiada henti memberikan semangat dan menguatkan satu sama lain agar peneliti bisa lulus dengan baik.
10. Teman-teman Jurusan Akuntansi angkatan tahun 2019 yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Samarinda, 5 Januari 2024



**Ester Febriana Purba**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGUJI SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1. Unsur Dalam Pajak Penghasilan .....	10
2.2. Teori Daya Beli .....	12
2.3. <i>E-commerce</i> (Perdagangan Elektronik) .....	13
2.4. <i>Cashback</i> (Uang Kembali) .....	17
2.5. Penelitian Terdahulu .....	19
2.6. Kerangka Pikir .....	23
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>
3.1. Definisi Operasional .....	25
3.2. Jenis Penelitian .....	26
3.3. Fokus Penelitian .....	27
3.4. Sumber Data .....	28
3.4.1. Data Primer .....	28
3.4.2. Data Sekunder .....	29
3.5. Lokasi Penelitian .....	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6.1. Wawancara .....	30
3.6.2. Dokumentasi .....	30
3.6.3. Studi Literatur .....	31
3.7. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>35</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	35

4.1.1 Pemahaman Terkait Proses Bisnis yang Menghasilkan <i>Cashback</i> .....	35
4.1.2. <i>Cashback</i> sebagai Penghasilan atas Dasar UU No. 7 Tahun 2021 Pasal 4 Ayat (1) tentang Pajak Penghasilan .....	38
4.1.3. Konsep Mekanisme Melakukan Kewajiban Perpajakan atas Transaksi <i>Cashback</i> .....	48
<b>BAB V.PENUTUP</b> .....	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Literatur Dalam Penelitian .....	31
Tabel 4.1 Dua Konsep Penerimaan <i>Cashback</i> .....	38
Tabel 4.2 Perbedaan <i>Cashback</i> dengan Diskon .....	40

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Alur Kerangka Pikir.....	24
Gambar 3.1 Skema Analisis Data Model Miles dan Huberman .....	34
Gambar 4.1 Proses Bisnis Transaksi <i>Cashback</i> .....	37
Gambar 4.2 Penghasilan Lain dalam SPT Tahunan PPh Orang Pribadi .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Surat Pernyataan kepada DJP .....	69
Lampiran 2. Surat Persetujuan Izin Riset dari DJP .....	70
Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Pedoman Wawancara .....	71
Lampiran 4. Transkrip Hasil Wawancara .....	74
Lampiran 5. Dokumentasi .....	93
Lampiran 6. Catatan Koreksi Seminar Proposal .....	95
Lampiran 7. Catatan Koreksi Seminar Hasil.....	96
Lampiran 8. Persentase Hasil Turnitin.....	97

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era digital yang berkembang pesat telah mempengaruhi bisnis modern pada masa kini. Masyarakat sudah familiar dengan inovasi pada sektor keuangan yang disebut *financial technology (fintech)*. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) *Fintech* adalah sebuah terobosan baru di bidang jasa keuangan dengan menggunakan pemakaian teknologi untuk memudahkan sistem transaksi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Di Indonesia, produk *Fintech* pada umumnya merujuk pada produk pembayaran melalui perangkat *mobile (m-payment)*. Banyak platform perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah mengembangkan produk *fintech* ini dalam operasional bisnis mereka (Legowo et al., 2020). Para perusahaan rintisan tekfin berlomba-lomba untuk mengembangkan pasar mereka dengan bekerja sama pada para penjual (*merchant*) serta sejumlah penawaran kepada konsumen seperti contohnya gratis ongkos kirim, gratis biaya administrasi dan salah satunya adalah *cashback*.

Mekanisme praktik bisnis yang menghasilkan *cashback* pada aplikasi *e-commerce* dimulai ketika calon konsumen termotivasi untuk membeli barang atau jasa. Kemudian, calon konsumen tersebut membuat akun dengan mendaftarkan identitas dirinya menjadi pengguna pada sebuah aplikasi *e-commerce*. Setelah mempunyai akun, calon konsumen dapat memilih barang atau jasa yang dibutuhkan dan secara otomatis pesanan akan masuk ke keranjang pembelian. Tahap selanjutnya adalah proses pada halaman *check out*, yaitu halaman untuk memeriksa



kembali jumlah dan spesifikasi pesanan, alamat tujuan, nomor ponsel aktif pengguna, klaim penggunaan *voucher* gratis ongkos kirim dan *voucher cashback*, serta yang terakhir ialah pemilihan metode pembayaran. Setelah proses pada halaman *check out* selesai, pengguna menunggu pesanan tiba pada alamat yang tertera. Jika pesanan telah tiba, pengguna dapat *klik* tombol selesai pada halaman pesanan dan otomatis *cashback* akan masuk kedalam akun pengguna (Kumparan, 2022).

Seiring dengan kehadiran *e-commerce* dan layanan pembayaran digital di Indonesia pada tahun 2010 dan seterusnya, istilah *cashback* dan diskon semakin populer di kalangan masyarakat (Media Indonesia, 2021). *Cashback* adalah hadiah uang atau poin yang diberikan oleh penjual ke konsumen sesudah menyelesaikan transaksi. Bagi konsumen, *cashback* adalah bentuk keuntungan ketika bertransaksi. Konsumen akan mendapatkan persentase pengembalian, baik uang tunai maupun virtual dalam jumlah tertentu (Sendari, 2021). *Cashback* adalah satu di antara sekian jenis promosi yang diberikan oleh platform *e-commerce*. Tujuannya adalah untuk menarik calon konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama, mampu menambah pesanan berulang, dan memperbesar peluang melakukan penghematan pada transaksi berikutnya karena mendapatkan *cashback* atau bonus dari pembelian yang telah dilakukan sebelumnya (Gamedia, 2022).

Berdasarkan prediksi Menteri Perdagangan Muhammad Lutfi menyatakan bahwa pada tahun 2030 pertumbuhan ekonomi digital Indonesia diperkirakan akan sampai 800 persen. Kenaikan besar ini perlu dimanfaatkan oleh pelaku usaha (*entrepreneur*) muda Indonesia di bidang teknologi dan menciptakan disrupsi

ekonomi digital serta nilai tambah untuk Indonesia (Kemendag, 2021). Para *entrepreneur* dapat menggunakan aplikasi-aplikasi yang banyak digunakan di Indonesia. Data oleh situs iPrice Group pada Q2 (April-Juni) 2022 mengungkap bahwa, Tokopedia adalah aplikasi pasar daring (*online marketplace*) yang menduduki tingkat teratas paling banyak dikunjungi perbulan oleh masyarakat dengan jumlah 158.346.667 kali disambung urutan kedua oleh Shopee 131.296.667 kali, dan di urutan ketiga oleh Lazada sejumlah 36.640.000 kali (iPrice Group, 2022). Hal ini dikarenakan aplikasi-aplikasi tersebut sering menawarkan promosi-promosi yang menarik konsumen berupa *voucher* diskon, *voucher* gratis ongkos kirim serta *voucher cashback* (Setyowati, 2021). Riset yang dilakukan oleh platform Snapcart terhadap 1.000 responden dari usia 20-35 tahun, mengungkap bahwa tercatat 51 persen pengguna *e-commerce* adalah tipe konsumen pemburu diskon (*discount seeker*) yang melakukan transaksi didorong oleh tawaran promosi seperti *voucher* diskon, potongan biaya pengiriman, *flash sale*, *cashback*, dan beraneka macam promo lainnya (Snapcart, 2022). Berikutnya, Shopback melakukan survei kepada 5.000 lebih responden yang tersebar di Indonesia dengan hasil 70,2 persen tertarik dengan *reward cashback* di platform *e-commerce*, sehingga melakukan transaksi satu hingga sepuluh kali. Sedangkan sisanya 19,1 persen melakukan transaksi sejumlah sepuluh hingga dua puluh kali (Rahayu, 2018).

Berdasarkan hasil data survei di atas, terlihat bahwa transaksi yang menimbulkan *cashback* sangat berpotensi untuk menjadi sumber penerimaan pajak yang baru. Akan tetapi, Indonesia belum memiliki peraturan yang jelas dalam

memajaki *cashback*, sehingga atas penghasilan tersebut belum ada dikenakan pajak. Dengan demikian, hal ini merupakan *potential loss* bagi negara. Dalam era perkembangan ekonomi digital ini, otoritas pajak di Indonesia masih belum menunjukkan respons yang jelas mengenai pengenaan pajak atas transaksi *cashback*. Kesulitan dalam memaknai *cashback* sebagai bentuk penghasilan menjadi akar dalam fenomena ini. Maka dari itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis terkait pengklasifikasian *cashback* sebagai sebuah objek penghasilan kena pajak.

Agar *cashback* bisa dikenakan pajak penghasilan, pemerintah perlu berfokus terlebih dahulu pada konsep penerimaan *cashback*. Saat *cashback* dicairkan ke dompet elektronik (*e-wallet*) pengguna, maka pengguna tersebut akan mendapatkan kemampuan tambahan untuk menyelesaikan pembelian pada masa mendatang. Keadaan ini selaras dengan isi dari Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 pasal 4 ayat (1) tentang Pajak Penghasilan, dinyatakan “Yang dimaksud dengan penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak (WP), baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan WP yang bersangkutan, dengan nama dan bentuk apapun.”. Jika diperhatikan, frasa “setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima WP, baik yang berasal dari Indonesia maupun di luar Indonesia” sesuai dengan prinsip yang berlaku di Indonesia untuk pemajakan bagi subjek pajak yang berstatus sebagai subjek pajak dalam negeri, yakni *world wide income* (Sari, 2021).

Dalam teori pemungutan pajak, salah satunya adalah *certainty*. Konsep *certainty* yaitu pungutan pajak harus berlandaskan pada peraturan atau kepastian hukum yang jelas mengatur mengenai siapa yang dikenakan pajak (subjek), material yang dikenakan pajak (objek), berapa jumlah yang dibayar (tarif), cara pembayarannya (proses), dan waktu pembayarannya (Ayza, 2017). Dalam penelitian ini, selain berfokus pada menganalisis terkait pengklasifikasian *cashback* sebagai sebuah objek penghasilan kena pajak, penelitian ini juga akan menganalisis mekanisme pengenaan pajak atas transaksi *cashback* yang dapat meningkatkan penerimaan pajak. Otoritas perpajakan dapat membuat peraturan yang tegas dan jelas terkait pemajakan *cashback*, dengan demikian tidak ada salah pengertian dalam pemajakan *cashback*. Selanjutnya, para konsumen tidak skeptis untuk menjalankan kewajiban membayar pajak, karena semua sudah jelas ada peraturannya. Akibatnya, jika transaksi berbelanja *online* lewat platform *e-commerce* menghasilkan *cashback* yang dapat dikenakan pajak, maka secara otomatis akan menambah penerimaan ke kas negara.

Penelitian Rosalinawati dan Syaiful (2018) berpendapat bahwa ada pihak *merchant* yang tidak setuju jika dijalankan pemajakan atas transaksi *e-commerce* karena hanya akan menambah kompleksitas dari transaksi tersebut. Namun, ada pihak *merchant* lain yang setuju untuk patuh jika peraturannya lugas dan pemajakan secara langsung dari aplikasi *e-commerce* itu sendiri. Kemudian hasil berikutnya, subjek dan objek pajak dari transaksi ini yang masih ambigu dan tidak transparan merupakan kendala dalam melaksanakan pemajakan atas transaksi *e-commerce* karena sulit untuk menelusuri bentuk transaksinya. Perbedaan penelitian

Rosalinawati dan Syaiful (2018) dengan penelitian ini terdapat pada teori tentang pemungutan pajak yang digunakan, penelitian ini menggunakan teori daya beli, sedangkan penelitian Rosalinawati dan Syaiful (2018) tidak menggunakan teori dalam menganalisis permasalahan.

Kusumawardhani dan Gunadi (2021) mencoba untuk menganalisis topik yang sama dengan hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa menurut perspektif pajak, nilai *cashback* yang diperoleh dari aktivitas transaksi pada aplikasi *Fintech* dapat diklasifikasikan sebagai penghasilan, sebab mendapatkan tambahan kemampuan ekonomis. Berikutnya, *cashback* tidak termasuk dalam penghasilan yang harus dipotong dari pihak ketiga. Nilai *cashback* hanya patut dilaporkan pada Surat Pemberitahuan Pajak Tahunan Wajib Pajak. Selanjutnya, dalam mengisi SPT Badan pelaku *Fintech* jika dilengkapi dengan daftar nominatif, *cashback* bisa menjadi biaya pengurang penghasilan bruto. Perbedaan penelitian Kusumawardhani dan Gunadi (2021) dengan penelitian ini terletak pada teori tentang pemungutan pajak yang digunakan, penelitian ini menggunakan teori daya beli, sedangkan penelitian Kusumawardhani dan Gunadi (2021) tidak menggunakan teori dalam menganalisis permasalahan. Penelitian Kusumawardhani dan Gunadi (2021) tidak menggunakan konsumen atau penerima *cashback* sebagai informan, sedangkan penelitian ini menggunakan konsumen atau penerima *cashback* dan petugas pajak sebagai informan.

Penelitian Yerikho dan Wijaya (2021) mengungkapkan bahwa secara umum biaya seperti *cashback* adalah biaya yang dapat dikurangkan (*deductible expense*) jika penerima *cashback* dikenai *withholding tax*. Penerima *cashback* harus

melaporkan pendapatan *cashback* yang diperoleh di SPT agar menghasilkan pelaporan yang sinkron antara *deductible expense* dengan penghasilan kena pajak. Akan tetapi, jika tidak diatur oleh pemerintah dalam undang-undang maka tidak bisa ditetapkan sebagai *deductible expense*. Selain itu, perusahaan *e-wallet* masih menggunakan ketentuan biaya promosi dalam memperlakukan biaya atas *cashback*. Perusahaan dompet digital harus melakukan *withholding income tax* untuk melengkapi data pengisian daftar nominatif. Dengan adanya daftar nominatif merupakan bukti bahwa *cashback* bukan biaya fiktif. Namun, pada saat ini dalam proses registrasi membuat akun pengguna dompet digital, data yang diisi belum ada terkait NPWP dan alamatnya. Perbedaan penelitian antara penelitian Yerikho dan Wijaya (2021) dengan penelitian ini terletak pada teori tentang pemungutan pajak yang digunakan, penelitian ini menggunakan teori daya beli, sedangkan penelitian Yerikho dan Wijaya (2021) menggunakan teori daya pikul. Penelitian Yerikho dan Wijaya (2021) tidak menggunakan konsumen atau penerima *cashback* sebagai informan, sedangkan penelitian ini menggunakan konsumen atau penerima *cashback* dan petugas pajak sebagai informan.

Maka dari itu, peneliti melihat adanya salah satu fenomena yaitu otoritas perpajakan belum memiliki kebijakan pemajakan yang konkrit untuk menyikapi transaksi yang menghasilkan *cashback* di Indonesia, sedangkan hal ini berpotensi besar bagi penerimaan negara atas pendapatan *cashback*. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan referensi bagi otoritas perpajakan serta pihak terkait lainnya mengenai pemajakan atas transaksi *cashback* di Indonesia. Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti

tertarik untuk menjalankan sebuah penelitian yang berjudul **“Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi *Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, peneliti dapat mengidentifikasi pokok permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah transaksi *cashback* dapat diklasifikasikan sebagai penghasilan kena pajak?
2. Bagaimana mekanisme pengenaan pajak atas transaksi *cashback* agar dapat meningkatkan penerimaan pajak?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan penulisan yang ingin diraih dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami dan menganalisis transaksi *cashback* dapat diklasifikasikan sebagai suatu penghasilan kena pajak.
2. Untuk memahami dan menganalisis mekanisme pengenaan pajak atas transaksi *cashback* yang dapat meningkatkan penerimaan pajak.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Untuk mengonfirmasi dan memperkuat pemahaman mengenai konsep penghasilan dalam transaksi *cashback* untuk meningkatkan penerimaan pajak. Sedikitnya literatur yang tersedia pada saat ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian yang berfokus pada kemungkinan pemajakan transaksi *cashback*. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi panduan bagi penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Kebijakan

Menjadi bahan referensi dalam melihat adanya peluang pendapatan *cashback* sebagai sebuah penghasilan, dan merumuskan kebijakan tepat terkait pemajakan atas transaksi *cashback* bagi otoritas perpajakan Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Selain itu, dapat menjadi bahan pemikiran bagi perusahaan *fintech*, dan pengguna *e-commerce* atau penerima *cashback* di Indonesia.

## 3. Manfaat Praktis

Dapat mengoptimalkan tingkat kepatuhan pajak, terutama lebih menjurus kepada pengguna (penerima *cashback*), serta mendorong pihak-pihak terkait seperti perusahaan *fintech* dan *e-commerce* di Indonesia untuk mematuhi kewajiban perpajakan dengan tepat dan sesuai dengan regulasi perpajakan yang berlaku.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Unsur Dalam Pajak Penghasilan

Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh) menerangkan bahwa penghasilan merupakan objek pajak. Adapun komponen-komponen yang dipaparkan dari interpretasi penghasilan menurut Markus (2005) adalah:

1. **Penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis**, yaitu setiap tambahan kemampuan Wajib Pajak untuk mencukupi kebutuhan hidup ekonomisnya selama 1 periode sepanjang kemampuan tersebut dapat diukur dengan uang. Tambahan kemampuan ekonomis ini sama dengan jumlah konsumsi selama setahun ditambah jumlah kekayaan neto yang tersisa pada akhir tahun. Tambahan kemampuan ekonomis ini mengandung arti bahwa wujudnya tidak wajib dalam bentuk uang, namun bisa dalam wujud lain tapi dengan syarat dapat dinilai dengan uang, seperti dalam bentuk natura atau kenikmatan;
2. **Yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak**, hal ini selaras dengan konsep realisasi. Pengertian realisasi dalam akuntansi yaitu tambahan kemampuan ekonomis dapat diartikan sebagai penghasilan jika dapat dicatat dalam pembukuan, baik memakai metode pencatatan *cash basis* maupun *accrual basis*. Kata ‘diterima’ berhubungan dengan pencatatan berdasarkan *cash basis*, sedangkan kata ‘diperoleh’ berhubungan dengan pencatatan berdasarkan *accrual basis*;

- 3. Baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia,** unsur ini dalam definisi penghasilan berarti UU PPh Indonesia mengikuti *world wide income principle*. Artinya, penghasilan yang menjadi objek pajak tidak dilihat sumbernya berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia. Akan tetapi, asas *world wide income* ini hanya berlaku bagi Wajib Pajak Dalam Negeri (orang pribadi/badan/warisan belum terbagi) dan Wajib Pajak Bentuk Usaha Tetap;
- 4. Yang dapat dipakai untuk konsumsi maupun yang dipakai untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan,** unsur ini mengandung cara menghitung besarnya objek PPh ialah jumlah semua konsumsi dalam satu periode ditambah dengan kekayaan neto WP satu periode terhitung juga yang digunakan untuk membeli aset dengan tujuan investasi (menggunakan simpanan WP untuk meningkatkan hartanya, seperti membeli saham untuk mendapatkan *capital gain* dan *dividen*);
- 5. Dengan nama dan dalam bentuk apapun,** unsur ini dalam pengertian penghasilan berarti UU Pajak Penghasilan menerapkan *Substance-Over-Form-Principle*. Artinya, untuk memaknai apakah sesuatu yang diterima dapat diklasifikasikan sebagai penghasilan atau tidak, bukan mengikuti pada nama yang diberikan oleh WP atau pihak mana pun serta tidak mengikuti pada wujud yang disahkan oleh hukum, tetapi semata-mata bergantung pada hakikat yang diperoleh oleh Wajib Pajak

itu sendiri. Hakikat ekonomis dianggap lebih penting daripada wujud formal yang dipakai. Jika hakikat suatu penerimaan adalah penghasilan, maka tambahan kemampuan wajib pajak untuk memenuhi kebutuhan ekonomisnya dari subjek pajak lain harus dikenakan pajak.

## 2.2 Teori Daya Beli

Terdapat berbagai teori pemungutan pajak, diantaranya merupakan teori daya beli. Teori daya beli adalah teori yang dikemukakan oleh Pieter Jacob Albert Adriani pada 1954. Dalam teori daya beli bahwasannya hak negara untuk memungut pajak hendaknya sesuai dengan slogan ‘dari rakyat, untuk rakyat’. Maksudnya adalah menarik daya beli yang berasal dari rumah tangga masyarakat untuk rumah tangga negara lalu meneruskannya kembali pada masyarakat dengan tujuan menjaga kesejahteraan masyarakat. Dalam teori ini, titik berat pemungutan pajak oleh negara ialah untuk penyelenggaraan kepentingan masyarakat sebagai dasar keadilannya (Ervina *et al.*, 2022). Maka, dapat disimpulkan yakni teori ini memfokuskan pengajarannya pada fungsi pajak sebagai pengatur (*regulerent*) (Asri, 2021). Menurut teori ini, alasan pemungutan pajak terdapat pada dampak pemungutan pajak. Pemungutan pajak memberikan dampak yang baik pada hampir seluruh negara. Contohnya, tersedianya alokasi dana untuk membiayai pengeluaran umum negara.

Variabel pemajakan *cashback* sesuai dengan teori ini karena ketika *cashback* dapat menjadi penghasilan kena pajak, kas negara akan mendapatkan tambahan penerimaan untuk APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) Indonesia dan dapat dimanfaatkan untuk membangun kesejahteraan masyarakat.

Berapapun kecilnya jumlah uang yang akan dapat masuk ke dalam kas negara, uang itu selalu dapat dipergunakan untuk menutup biaya-biaya pemerintahannya (Brotodihardjo, 2003).

### **2.3 *E-commerce* (Perdagangan Elektronik)**

Definisi *e-commerce* atau *electronic commerce* menurut Kwilinski (2019) adalah perubahan pertukaran informasi yang signifikan di bidang kegiatan kewirausahaan dalam lingkungan interaksi elektronik pada ruang internet (ruang maya). Aktivitas kewirausahaan yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi mempunyai ciri khas tersendiri jika dibandingkan dengan yang tidak menggunakan teknologi (tradisional). Secara umum, pengelompokan *E-commerce* didasarkan pada sifat transaksi atau hubungan antara pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Jenis *e-commerce* menurut Manzoor (2010):

#### **1. *Business-to-business* (B2B)**

B2B *E-commerce* terjadi ketika perusahaan produsen menjual produk dan layanan dengan perusahaan lainnya. Contohnya, perusahaan penyuplai kayu menjual bahan baku berupa kayu mentah kepada perusahaan produsen furnitur. Dalam B2B, harga barang biasanya bisa dinegosiasikan karena berpaku pada jumlah kuantitas pesanan. Pelaku bisnis B2B memakai teknologi transmisi data EDI (*Electronic Data Interchange*), yakni sebuah proses pengiriman informasi yang telah diatur secara terstruktur, dan mengikuti format standar yang telah disepakati oleh kedua pihak, dari satu sistem komputer ke sistem

komputer lainnya dan memakai *e-mail* dalam penyelesaian proses transaksi. Contoh umum jenis B2B *e-commerce* adalah IBM, *Cisco*, *Marks and Spencer*, dan *Dell*.

## 2. *Business-to-consumer* (B2C)

B2C *E-commerce* terjadi ketika perusahaan produsen menjual produk dan layanan secara eceran kepada konsumen perorangan. B2C adalah jenis yang paling umum di masyarakat, biasanya melalui *shopping cart software* atau aplikasi yang fungsi utamanya adalah berbelanja. Kegiatan jual beli dilakukan langsung dari penjual kepada konsumen akhir tanpa melalui perusahaan perantara lagi. Contoh perusahaan ritel *online* dengan layanan B2C *e-commerce* yang populer adalah Traveloka dan *Amazon.com*

## 3. *Business-to-government* (B2G)

B2G *e-commerce* ini terjadi ketika transaksi yang melibatkan antara perusahaan dengan pemerintah. Perusahaan mendapat kesempatan untuk melakukan proyek-proyek di pemerintahan sesuai permintaan atau kebutuhan pemerintah. Bentuk populer dari B2G ialah layanan *e-procurement* (pengadaan) dimana akan dilakukan tender secara transparan dan *online*. Cara kerjanya adalah perusahaan bisa mengajukan proposal sesuai kebutuhan berbagai instansi pemerintah untuk jenis pengadaan tertentu. Di Indonesia, layanan ini dikenal dengan Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) oleh Lembaga

Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah dan Kementerian Keuangan.

4. *Consumer-to-business (C2B)*

*C2B e-commerce* terjadi saat transaksi penjualan produk dan layanan antara konsumen sebagai penyedia kepada perusahaan. Jenis bisnis C2B didasarkan pada 3 peran, yakni perusahaan berperan sebagai pembeli, seorang konsumen berperan sebagai penjual, dan perantara yang terhubung dengan penjual dan pembeli. Contoh umum jenis C2B *e-commerce* adalah *Influencer Marketing*. *Influencer marketing* adalah bentuk pemasaran di media sosial oleh seseorang yang memiliki pengaruh sosial, kepercayaan dan banyak dukungan dari pengikutnya. Seorang *influencer* dapat mempengaruhi orang lain karena konten dan testimoninya sehingga meningkatkan *brand awareness* sekaligus penjualan produk.

5. *Consumer-to-consumer (C2C)*

*C2C e-commerce* ini terjadi ketika transaksi penjualan produk dan layanan antara konsumen dengan konsumen lainnya secara *online* dan langsung tanpa perantara. Jenis bisnis C2C didasarkan pada tiga peran, yakni seorang konsumen berperan sebagai penjual, seorang konsumen berperan sebagai pembeli, dan perantara yang terhubung untuk memfasilitasi transaksi. Contoh penerapan bisnis C2C adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan lain sebagainya. Interaksi dan relasi yang positif antara semua pihak yang terlibat dalam transaksi ini

merupakan hal yang krusial untuk kesuksesan C2C *e-commerce*. Apabila seorang konsumen ingin melakukan penjualan di sebuah *marketplace* ini harus menyelesaikan verifikasi data diri sebagai penjual agar tervalidasi dan terhindar dari tindak penipuan yang akan merugikan situs pengelola yang bersangkutan.

Seorang *entrepreneur* yang memilih untuk memasarkan produknya secara online di *e-commerce* memiliki tujuan bisnis tersendiri. Berdasarkan tujuan bisnis yang ingin dicapai, *e-commerce* memiliki beberapa manfaat menurut Lisa Sims, yakni (Sims, 2018):

1. *Expand your market by selling your products or services to a global customer base,*
2. *Minimize overhead costs like rent, utilities, and salaries by conducting business online,*
3. *Enjoy the advantage of round-the-clock sales with unrestricted store hours, which allows to sell 24/7,*
4. *Establish and manage your own store without incurring the high costs associated with hiring expensive consultants for assistance,*
5. *Reach customers using any Internet-connected mobile device,*
6. *Experience a faster and easier setup process.*

Manfaat menggunakan *e-commerce*, yaitu: (1) dapat menjual produk barang maupun jasa kepada konsumen dengan jangkauan secara mendunia tanpa batas antar negara, sehingga bisa mencakup pasar yang lebih luas; (2) mengurangi Biaya *Overhead* Pabrik (BOP) berlebih seperti biaya sewa dan utilitas; (3) Jam buka toko yang tidak terbatas, sehingga konsumen dimungkinkan untuk melakukan transaksi sepanjang 24 jam dalam 7 hari. Perbedaan waktu karena lokasi wilayah bukan kendala dalam melakukan transaksi *e-commerce*; (4) dapat mendirikan dan

mengelola toko sendiri tanpa harus menyewa konsultan dengan mahal untuk mendapatkan bantuan; (5) dapat menjual produk barang dan jasa kepada konsumen dengan perangkat seluler apapun yang terhubung ke internet; (6) Dibekali dengan fitur yang lebih cepat dan mudah, sehingga jika ingin mengecek stok barang dengan varian yang banyak tidak perlu menghitung secara manual.

#### **2.4 Cashback (Uang Kembali)**

Menurut *Cambridge Dictionary*, “*cashback is an amount of money someone receives when they buy something, offered by the company selling the product as a way of persuading people to buy it*” (Cambridge University Press, 2020). Dalam pengertiannya, *cashback* adalah sejumlah uang yang diterima seseorang ketika ia membeli sesuatu, ditawarkan oleh perusahaan penjual agar mempengaruhi konsumen untuk membelinya. *Cashback* adalah sebuah penawaran dalam bentuk pengembalian kepada konsumen, baik berupa uang tunai maupun uang virtual. Pada umumnya, dicairkan dalam bentuk saldo uang elektronik sesuai persentase dengan mengikuti syarat dan ketentuan pembelian yang sudah ditetapkan oleh pemberi *cashback* (Curatman *et al.*, 2020). Misalnya, pengguna aplikasi Grab jika melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi dompet elektronik OVO akan mendapat *cashback* sampai dengan 40.000 OVO Points. Keuntungan yang dapat dirasakan oleh konsumen adalah harga yang dibebankan menjadi lebih murah. Dampak dari mendapatkan *cashback*, yakni mempersingkat waktu yang dibutuhkan konsumen untuk melakukan transaksi berikutnya melalui situs *e-commerce* dan akan meningkatkan ukuran pembelian berikutnya (Vana *et al.*, 2018). Dikutip dalam artikel *Accurate* berikut jenis-jenis *cashback* (Cinthya, 2021):



## 1. *Cashback* Kartu Kredit

*Cashback* kartu kredit diluncurkan oleh pihak bank yang menawarkan *cashback* kepada nasabah jika berhasil melakukan transaksi minimal pada nominal tertentu yang telah ditetapkan oleh bank dengan menggunakan kartu kredit. Akan tetapi, tiap merek bank memiliki perbedaan kebijakan dan keuntungan *cashback* yang ditawarkan kepada nasabah. Selain menjamin akan diberikan pengembalian nilai ekonomis, jenis *cashback* kartu kredit ini juga umumnya menawarkan potongan harga atau diskon atas hasil perbelanjaan yang dilakukan oleh nasabah. Hal ini bertujuan agar nasabah lebih aktif menggunakan kartu kredit.

## 2. *Cashback* Properti

*Cashback* properti adalah program yang diluncurkan oleh pengembang properti (*developer property*). Banyak *developer* perumahan menjamin keuntungan *cashback* kepada pembeli rumah, toko, apartemen dan lain-lain. Program ini dinilai efektif untuk menjangkau konsumen agar berminat membeli properti karena *cashback* ini. Dibalik itu, pada umumnya *developer* menjamin *cashback* tidak dalam bentuk uang tunai sebagaimana *cash* diartikan, namun dalam bentuk produk-produk rumah tangga contohnya seperti televisi, kompor, *Air Conditioner* (AC), dan lain sebagainya. Bahkan jika harga properti tersebut sangat mahal, tidak segan *developer* akan memberi *cashback* sebuah motor maupun mobil.

### 3. *Cashback* Toko Online (*Marketplace*)

*Cashback* toko online adalah program yang diluncurkan oleh toko online atau *marketplace*, yakni menawarkan *cashback* kepada konsumen jika berhasil menyelesaikan transaksi minimal pada nominal tertentu yang telah ditetapkan. Tidak jarang toko online membuat produk berupa *e-wallet* dan menawarkan *cashback* dengan memakai *e-wallet* tersebut. Maka, konsumen akan kembali melakukan transaksi di *marketplace* yang bersangkutan, karena saldo atau poin yang diciptakan oleh suatu toko online tidak dapat dipakai sebagai pengurang pada toko online lainnya. Langkah ini ditempuh oleh toko online agar menjaga perilaku konsumen.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan judul penelitian yang dibuat oleh peneliti, adapun beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai topik yang berkaitan, dan dijadikan bahan referensi dalam penelitian ini, dipaparkan sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Research Gap
1.	Rosalinawati dan Syaiful. Analisis Pajak Penghasilan atas Transaksi <i>E-Commerce</i> di Kabupaten Gresik (2018).	<p><b>1. Jenis :</b> Kualitatif deskriptif</p> <p><b>2. Fokus :</b> Menganalisa implementasi pajak penghasilan terhadap transaksi <i>e-commerce</i> di Kabupaten Gresik.</p> <p><b>3. Informan :</b> 1. Praktisi sekaligus</p>	1. Ada pihak <i>merchant</i> yang tidak setuju jika dijalankan pemajakan pada transaksi <i>e-commerce</i> karena hanya akan menambah kompleksitas dari transaksi tersebut. Namun, ada pihak <i>merchant</i> yang setuju untuk patuh jika peraturannya lugas dan pemotongan pajak penghasilan langsung	<p>1. Menganalisis permasalahan tidak menggunakan teori.</p> <p>2. Tidak terdapat penerima <i>cashback</i> sebagai informan.</p>

*Disambung ke halaman berikutnya*

Tabel 2.1. Sambungan

No.	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Research Gap
		<p>Kepala Seksi bagian ekstensifikasi dan penyuluhan di KPP Gresik Utara.</p> <p>2. Akademis perpajakan <i>e-commerce</i>.</p> <p>3. <i>merchant</i>.</p>	<p>dari aplikasi <i>e-commerce</i> itu sendiri. Disamping itu, ada pihak <i>merchant</i> yang masih membayar PPh sebagai pajak pribadi mereka dan ada yang tidak.</p> <p>2. Pemerintah mengeluarkan Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi <i>E-Commerce</i> dan Surat Edaran SE-06/PJ/2015 tentang Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi <i>e-commerce</i> yang masih dikatakan tidak cukup kuat. Akan tetapi, KPP Kabupaten Gresik Utara kerap melaksanakan pembinaan dan sosialisasi kepada UMKM terkait dengan penerapan Pajak Penghasilan atas transaksi <i>e-commerce</i>.</p> <p>3. Subjek dan objek pajak dari transaksi ini yang masih ambigu dan tidak transparan merupakan kendala dalam melaksanakan pemajakan atas transaksi <i>e-commerce</i>, karena sulit untuk menelusuri bentuk transaksinya.</p>	
2.	Yerikho dan Wijaya, <i>Treatment of Cashback in Income Tax</i> (2021).	<p><b>1. Jenis :</b> Kualitatif deskriptif</p> <p><b>2. Fokus :</b> Memahami perlakuan terhadap <i>cashback</i> dalam menghitung pajak</p>	1. <i>Cashback</i> adalah biaya yang dapat dikurangkan ( <i>deductible expense</i> ) jika penerima <i>cashback</i> dikenakan <i>withholding tax</i> . Penerima <i>cashback</i> harus melaporkan pendapatan <i>cashback</i> di	<p>1. Teori yang digunakan adalah teori daya pikul.</p> <p>2. Tidak terdapat pengguna <i>e-commerce</i> atau penerima</p>

Disambung ke halaman berikutnya

Tabel 2.1. Sambungan

No.	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Research Gap
		<p>penghasilan bagi perusahaan dompet digital.</p> <p><b>3. Informan :</b></p> <p>a. Subdirektorat Peraturan PPh Badan Pajak dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP)</p> <p>b. Peneliti dari Badan Kebijakan Fiskal (BKF)</p> <p>c. Dosen.</p>	<p>SPT agar menghasilkan pelaporan yang sinkron antara <i>deductible expenses</i> dan penghasilan kena pajaknya. Akan tetapi, jika tidak diatur oleh pemerintah dalam undang-undang maka tidak bisa ditetapkan sebagai <i>deductible expense</i>.</p> <p>2. Perusahaan memperlakukan <i>cashback</i> dalam menghitung pajak penghasilan masih menggunakan ketentuan biaya promosi. Perusahaan <i>e-wallet</i> harus menggunakan daftar nominatif untuk ketentuan perpajakan. Namun, saat ini dalam registrasi membuat akun pengguna, data diri yang diisi belum ada terkait NPWP dan alamatnya.</p>	<p><i>cashback</i> sebagai informan.</p>
3.	<p>Kusumawardhani dan Gunadi, Analisis Administrasi Pajak Penghasilan atas <i>Cashback</i> Industri Teknologi Keuangan Dompet Elektronik Indonesia (2021).</p>	<p><b>1. Jenis :</b> Kualitatif deskriptif analitis</p> <p><b>2. Fokus :</b> Menganalisis ketentuan Pajak Penghasilan atas transaksi oleh Fintech <i>e-wallet</i> terkait pemberian <i>cashback</i> kepada para pengguna.</p> <p><b>3. Informan :</b></p> <p>a. 3 perusahaan <i>Fintech</i> di Indonesia.</p> <p>b. Pemangku kepentingan perpajakan di Indonesia.</p>	<p>1. Menurut perspektif pajak, <i>cashback</i> dikategorikan sebagai penghasilan sebab mendapatkan tambahan kemampuan ekonomis.</p> <p>2. <i>Cashback</i> tidak termasuk dalam penghasilan yang harus dipotong oleh pihak ketiga. Nilai <i>cashback</i> hanya patut dilaporkan pada SPT Tahunan Wajib Pajak.</p> <p>3. Pada SPT Badan pelaku <i>Fintech</i> selama dilengkapi dengan daftar nominatif, <i>cashback</i> dapat menjadi biaya pengurang penghasilan bruto.</p> <p>4. Sistem pemajakan yang tepat untuk dipakai</p>	<p>1. Menganalisis permasalahan tidak menggunakan teori.</p> <p>2. Tidak terdapat pengguna <i>e-commerce</i> atau penerima <i>cashback</i> sebagai informan.</p>

Disambung ke halaman berikutnya

Tabel 2.1. Sambungan

No.	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Research Gap
			adalah <i>withholding tax</i> dengan konsep <i>schedular taxation</i> , artinya sistem pemajakan ini dibedakan berdasarkan jenis atau sumber penghasilannya dan akan dikenakan tarif tersendiri.	
4.	Sukarno, <i>et al.</i> Kajian Optimalisasi Penerimaan Pajak terhadap Perkembangan Transaksi <i>E-commerce</i> di Era Ekonomi Digital (2022)	<p><b>1. Jenis :</b> Kualitatif deskriptif</p> <p><b>2. Fokus :</b> Menganalisa mekanisme dan penerapan peraturan pajak Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).</p> <p><b>3. Informan :</b> Tidak tertera.</p>	1. Menurut Pasal 4 ayat (1) Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-11/PJ/2015 menyatakan bahwa saldo atau poin <i>cashback</i> yang diterima secara langsung, tidak diundi dan berlaku untuk semua penerima, tidak dilakukan pemotongan pajak. Akan tetapi, tetap wajib dilaporkan dalam SPT.	<p>1. Menganalisis permasalahan tidak menggunakan teori.</p> <p>2. Tidak terdapat petugas pajak dan konsumen <i>e-commerce</i> atau penerima <i>cashback</i> sebagai informan.</p>
5.	Sharma. <i>Cash-backs: Promotional Strategies and Income Tax Treatment.</i> (2022)	<p><b>1. Jenis :</b> Kualitatif deskriptif</p> <p><b>2. Fokus :</b> Memahami beberapa jenis <i>cashback</i> yang ditawarkan oleh perusahaan dan dampak dari <i>cashback</i> tersebut terhadap kewajiban pajak penghasilan orang pribadi.</p> <p><b>3. Informan :</b> Tidak tertera.</p>	<p>1. Tidak ada aturan jelas terkait dengan perlakuan pajak atas beberapa jenis <i>cashback</i> yang diterima individu saat menggunakan <i>e-wallet</i> maupun kartu kredit.</p> <p>2. Jika jumlah <i>cashback</i> yang diterima adalah nominal kecil maka tidak ada yang memperlmasalahkannya, namun seiring dengan bertambahnya jumlah yang diterima, maka petugas pajak perlu menindaklanjuti hal tersebut.</p> <p>3. Perlu adanya batasan yang jelas terkait jenis dan jumlah <i>cashback</i> yang termasuk dalam cakupan pajak</p>	<p>1. Menganalisis permasalahan tidak menggunakan teori.</p> <p>2. Tidak terdapat petugas pajak dan konsumen <i>e-commerce</i> atau penerima <i>cashback</i> sebagai informan.</p>

Disambung ke halaman berikutnya

**Tabel 2.1. Sambungan**

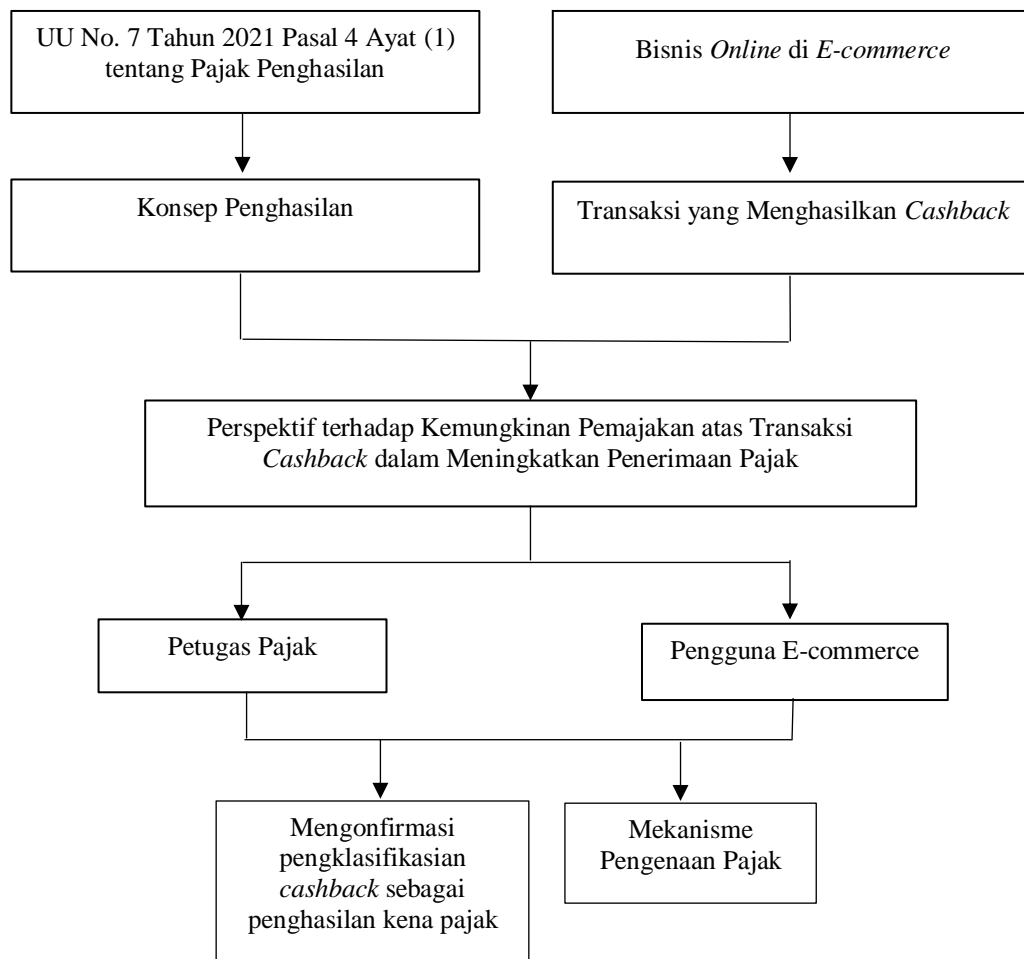
No.	Nama, Judul & Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	<i>Research Gap</i>
			penghasilan dan <i>cashback</i> yang tidak perlu dikenakan pajak.	

Sumber: Review dari beberapa jurnal, 2023

## 2.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah pedoman logis yang disusun oleh peneliti dalam penelitiannya terhadap suatu fenomena yang menjadi objek permasalahan (Idrus, 2021). Kerangka pikir penelitian ini dimulai dengan berlakunya Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 pasal 4 ayat (1) tentang Pajak Penghasilan dengan konsep penghasilan didalamnya. Kemudian di sisi lain, adanya fenomena perkembangan era digital yang berkembang pesat sebagai akibat dari inovasi pada bidang teknologi dan ilmu pengetahuan, sehingga mempengaruhi bisnis modern pada masa kini. Hal ini ditandai dengan perubahan wujud bisnis dari yang semula berupa toko *offline* menjadi toko *online* atau sering disebut *e-commerce*. Saat ini, banyak *start-up* yang muncul dan menyediakan layanan digital. Mereka menggunakan berbagai strategi pemasaran jika berbelanja menggunakan aplikasi mereka, salah satunya ialah promosi dalam bentuk *cashback*. *Cashback* adalah pengembalian sejumlah uang berdasarkan persentase tertentu dari total nilai transaksi. Jika *cashback* tersebut digunakan, maka dapat memberikan manfaat ekonomi tambahan untuk melakukan transaksi di masa mendatang selaras dengan isi UU PPh. Apabila pemajakan atas transaksi *cashback* dapat ditetapkan, maka otomatis akan menambah penerimaan pajak negara. Kerangka pemikiran di atas sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yakni “Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi

*Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak”. Informan yang ditujukan dalam penelitian ini ialah kepada petugas pajak dan pengguna *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengonfirmasi pengklasifikasian *cashback* dapat diklasifikasikan sebagai penghasilan kena pajak dan mekanisme pengenaan pajaknya.



**Gambar 2.1 Alur Kerangka Pikir**  
Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

##### **1. Pemajakan *cashback***

Pemajakan *cashback* adalah proses pengenaan pajak kepada penerima *cashback* atas nilai *cashback* yang telah diterima setelah menyelesaikan suatu transaksi pembelian oleh petugas pajak agar dapat menambah penerimaan kas negara.

##### **2. *Cashback***

*Cashback* adalah suatu bentuk pengembalian uang yang diberikan oleh perusahaan setelah seorang konsumen berhasil menyelesaikan transaksi pembelian barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Bagi konsumen, *cashback* merupakan keuntungan nilai ekonomis yang dapat digunakan kembali untuk mengurangi harga pembelian berikutnya. Bagi perusahaan, *cashback* merupakan biaya yang mempengaruhi laba. Sedangkan bagi otoritas perpajakan, *cashback* adalah sebuah penghasilan bagi yang menerimanya.

##### **3. *E-commerce* (Perdagangan Elektronik)**

Dagang adalah kegiatan menjual dan membeli barang atau jasa oleh penjual dan pembeli berdasarkan kesepakatan bersama. Jadi, *E-commerce* atau perdagangan elektronik adalah aktivitas jual beli secara *online* yang dilakukan oleh penjual dan konsumen di Indonesia dengan mengandalkan media elektronik untuk memenuhi



kebutuhan mereka. Dengan berkembangnya perdagangan elektronik di Indonesia ini akan membangun perekonomian negeri lebih baik lagi.

#### 4. Undang-Undang

Undang-Undang (UU) adalah sebuah peraturan perundang-undangan di Indonesia yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan persetujuan Presiden. Undang-undang yang dipakai dalam penelitian ini ialah UU No. 7 Tahun 2021 tentang Pasal 4 Ayat (1) tentang Pajak Penghasilan yang menjelaskan konsep penghasilan.

#### 5. Surat Pemberitahuan Tahunan

SPT adalah surat yang digunakan sebagai sarana oleh wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. SPT yang digunakan dalam penelitian ini ialah SPT Tahunan. Aktivitas mengisi SPT Tahunan adalah perhitungan, pembayaran dan pelaporan yang dilakukan oleh wajib pajak pada akhir tahun pajak. Pengisian SPT Tahunan dapat dilakukan secara mandiri (*online*) maupun melalui kantor pajak.

### **3.2 Jenis Penelitian**

Metode penelitian kualitatif deskriptif dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang hasilnya tidak diperoleh melewati prosedur statistik, tetapi lebih mengacu pada bagaimana peneliti memahami dan menafsirkan makna dari fenomena, interaksi, maupun perilaku subjek dalam peristiwa tertentu menurut perspektif penelitinya (Fiantika *et al.*, 2022).

Penelitian ini memakai pendekatan fenomenologi. Apollo (2023) mengatakan fenomenologi adalah pendekatan penelitian yang mengacu pada perspektif seseorang terhadap apa yang dirasakan atau dipahami tentang suatu peristiwa. Sasaran dari fenomenologi adalah menyajikan gambaran yang komprehensif dan terstruktur dengan baik mengenai sebuah fenomena. Tujuan lainnya adalah mengkaji secara mendalam dan sistematis terkait suatu fenomena. Dengan pendekatan fenomenologi, peneliti berfokus pada pengamatan langsung pada subjektivitas dan pengetahuan pribadi partisipan penelitian, kemudian diinterpretasikan dan dideskripsikan, sehingga realitas dapat dipahami dengan lebih rinci dan menyeluruh.

Jenis penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi dipilih oleh peneliti dengan pertimbangan agar mencari pemecahan masalah dengan lebih dalam dan menyeluruh mengenai sebuah fenomena yaitu, transaksi *cashback*. Analisis dilakukan pada pengklasifikasian pendapatan *cashback* sebagai sebuah penghasilan kena pajak dan mekanisme pengenaan pajaknya.

### **3.3 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dirumuskan oleh peneliti untuk memperkecil kemajemukan ruang lingkup yang diteliti, maka peneliti dapat menentukan arah dan data apa saja yang dibutuhkan. fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah transaksi *cashback* bisa diklasifikasikan suatu Penghasilan Kena Pajak menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 2021?

- a. Pemahaman proses bisnis yang menghasilkan transaksi *cashback*.
  - b. *Cashback* sebagai sebuah penghasilan menurut Pasal 4 Ayat (1) Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Pajak Penghasilan.
2. Bagaimana mekanisme pengenaan pajak atas transaksi *cashback* agar meningkatkan penerimaan pajak?
- a. Mengonfirmasi mengenai konsep mekanisme jika konsumen atau perusahaan melaksanakan kewajiban perpajakannya.
  - b. Memahami kendala dan saran terkait perumusan peraturan atas transaksi *cashback* untuk meningkatkan penerimaan pajak.

### **3.4 Sumber Data**

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder.

#### **3.4.1 Data primer**

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data primer penelitian ini adalah hasil wawancara yang dilaksanakan kepada para informan dari:

1. Fungsional Penyuluh Pajak Ahli Muda di Direktorat Jenderal Pajak.  
Peneliti memilih informan tersebut dengan adanya pertimbangan bahwa peneliti ingin mengetahui tanggapan informan selaku pihak yang melaksanakan kebijakan dan melakukan pemungutan pajak. Peneliti mengadakan verifikasi terkait mekanisme pemajakan atas transaksi *cashback* yang sesuai jika dijalankan di Indonesia.

2. Konsumen *e-commerce* yang telah melakukan transaksi menggunakan *cashback*. Pemilihan informan ini dengan adanya pertimbangan bahwa peneliti ingin melihat tanggapan informan terkait makna penghasilan dan kemungkinan pemajakan dari sisi pengguna yang telah menggunakan *cashback*.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang berfungsi melengkapi data primer. Data ini didapatkan peneliti secara tidak langsung dari subjek penelitiannya, yakni pihak lain di luar penelitian. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti meliputi jurnal, buku, peraturan, dan informasi terkait yang berhubungan dengan fenomena penelitian.

#### **3.5 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian untuk mengumpulkan data adalah Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Kalimantan Timur dan Utara yang beralamat di Jalan Ruhui Rahayu Ring Road No.1, Gunung Bahagia, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Direktorat Jenderal Pajak memiliki tanggung jawab dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan perpajakan.

#### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Penggunaan teknik pengumpulan data yang tepat sangat krusial bagi keberhasilan sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara, dokumentasi, dan studi literatur.

### **3.6.1 Wawancara**

Wawancara adalah cara untuk mengumpulkan data dengan bentuk berdialog yang dilakukan peneliti kepada informan dengan tujuan mendapatkan informasi secara lisan. Instrumen wawancara disusun dalam sebuah pedoman wawancara sebagai *interview guide* (Pahlevianur *et al.*, 2022). Dalam penelitian ini, bentuk wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur.

Menurut Sarosa (2021), Wawancara semi terstruktur adalah wawancara disertai daftar topik dan pertanyaan pemandu yang sudah dipersiapkan sebelum aktivitas wawancara dilaksanakan. Namun, peneliti diberi kebebasan dalam mengatur urutan pertanyaan dan pembahasan tergantung pada situasi kondisi alur pembicaraan. Sarosa menambahkan bahwa pertanyaan pemandu dapat digunakan untuk mengarahkan wawancara agar tidak menyimpang terlalu jauh. Tipe wawancara semi terstruktur cocok untuk penelitian yang bersifat eksploratif. Tipe ini dapat membantu mengungkapkan hal yang terjadi dan pandangan khusus para informan (Sarosa, 2021). Pemilihan wawancara semi terstruktur dipilih dengan pertimbangan agar peneliti memperoleh kejelasan secara konkrit dari data yang dibutuhkan dari pertanyaan yang telah disusun dalam pedoman wawancara.

### **3.6.2 Dokumentasi**

Dokumentasi adalah suatu proses penelaahan pada dokumen-dokumen yang berhubungan terkait fenomena penelitian melalui mengumpulkan informasi dari pihak kedua (Purhantara, 2010). Dokumentasi bisa berupa peraturan yang berlaku, dan gambar. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan mencakup

pengambilan gambar dan rekaman suara ketika wawancara serta dokumen lain yang mendukung pernyataan informan.

### 3.6.3 Studi Literatur

Studi literatur adalah membaca dan mengkaji buku, jurnal, dan peraturan yang relevan dengan fenomena penelitian yang diangkat. Informasi yang diperoleh tersebut kemudian dimanfaatkan untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang terkait dengan penelitian. Berikut adalah beberapa literatur yang dijadikan pedoman dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1 Literatur dalam Penelitian**

No.	Jenis Literatur	Judul dan Nama Peneliti
1	Buku	Perpajakan Indonesia Suatu Pengantar (Markus, 2005)
2	Jurnal Ilmiah	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Analisis Pajak Penghasilan atas Transaksi <i>E-Commerce</i> di Kabupaten Gresik (Rosalinawati &amp; Syaiful, 2018)</li> <li>b. <i>Treatment of Cashback in Income Tax</i> (Yerikho &amp; Wijaya, 2021)</li> <li>c. Analisis Administrasi Pajak Penghasilan Atas <i>Cashback</i> Industri Teknologi Keuangan Dompot Elektronik Indonesia (Kusumawardhani &amp; Gunadi, 2021)</li> <li>d. Kajian Optimalisasi Penerimaan Pajak Terhadap Perkembangan Transaksi <i>E-commerce</i> di Era Ekonomi Digital (Sukarno <i>et al.</i>, 2022).</li> <li>e. <i>Cash-backs: Promotional Strategies and Income Tax Treatment</i> (Sharma, 2022).</li> </ul>
3	Peraturan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan;</li> <li>b. Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.</li> <li>c. Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-11/PJ/2015 Tentang Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Hadiah dan Penghargaan.</li> <li>d. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 66 Tahun 2023 Perlakuan Pajak Penghasilan atas Penggantian atau Imbalan Sehubungan dengan Pekerjaan atau Jasa yang Diterima atau Diperoleh dalam Bentuk Natura dan/ atau Kenikmatan.</li> <li>e. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 44/44/KM.10/2023 Tarif Bunga sebagai Dasar Penghitungan Sanksi Administratif Berupa Bunga dan Pemberian Imbalan Bunga Periode 1 September 2023 sampai dengan 30 September 2023.</li> </ul>

Sumber: Review dari beberapa sumber, 2023

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan sistematis dalam mencari, mengorganisir data, catatan lapangan dan materi lain yang peneliti kumpulkan lalu kemudian ditarik kesimpulan untuk memperoleh informasi yang berguna (Fiantika *et al.*, 2022). Penelitian ini menerapkan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Pemilihan ini berdasarkan pada langkah-langkah penelitian yang diatur dengan urutan yang terstruktur, sistematis, logis, dan dapat dipertanggungjawabkan. Berikut adalah langkah-langkah analisis data model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2018):

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data adalah aktivitas utama pada setiap penelitian. Dalam proses ini, peneliti wajib secara langsung terlibat di lapangan, melakukan eksplorasi pada objek dan subjek yang sedang diteliti, dengan tidak diwakilkan oleh orang lain. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melihat, mendengar, dan merekam semua proses wawancara dan dokumentasi, sehingga memperoleh data yang banyak dan bervariasi. Selanjutnya, memilih data yang akan digunakan sebagai bahan analisis.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Ketika peneliti mencatat data dengan rinci, maka memperoleh banyak data yang kompleks dan bervariasi dari lapangan. Kemudian, penting untuk melakukan reduksi data. Proses reduksi data dilakukan untuk menyusun data yang relevan menjadi lebih ringkas, fokus dan terarah,

sehingga memungkinkan untuk menarik dan memverifikasi kesimpulan akhir. Dengan mereduksi data, peneliti dapat melihat titik terang terkait objek yang sedang diteliti. Peneliti melakukan reduksi data dengan memotong rekaman hasil wawancara jika ada data yang kurang cocok dengan tujuan penelitian. Peneliti dapat menggunakan simbol atau kode sebagai cara untuk mengidentifikasi topik-topik tertentu.

### 3. Penyajian Data (*Data Display*)

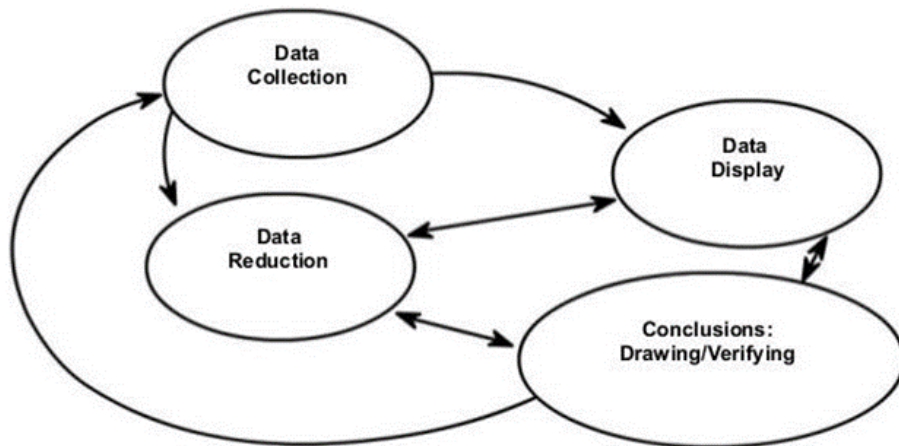
Penyajian data merupakan proses mengatur informasi ke dalam bentuk yang terstruktur, sehingga lebih mudah dipahami. Data bisa disajikan seperti dalam bentuk deskripsi, *flowchart*, dan lain sebagainya. Peneliti menyajikan data yang sudah direduksi dan dianalisis sebelumnya ke dalam bentuk teks narasi yang dapat digunakan untuk menarik kesimpulan.

### 4. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi Data (*Conclusion Drawing/Verifying*)

Kesimpulan awal yang dihasilkan melalui interpretasi oleh peneliti masih bersifat sementara. Namun, kesimpulan awal tersebut menjadi kredibel ketika didasarkan pada bukti yang valid dan konsisten, serta didukung oleh pengumpulan data tambahan saat peneliti kembali ke lapangan. Peneliti tidak hanya bertanya kepada informan sebatas pedoman wawancara yang telah disusun, tetapi juga mengajukan pertanyaan kembali tentang tanggapan informan sebelumnya untuk mendapatkan keabsahan data dalam penelitian. Dengan memperhatikan



validitas data di lapangan, metode yang digunakan, dan teknologi dalam pengumpulan data, maka kesimpulan akhir dapat ditarik peneliti ketika proses sudah selesai.



**Gambar 3.1 Skema Analisis Data Model Miles dan Huberman**  
Sumber: Sugiyono, 2018

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Pemahaman Terkait Proses Bisnis yang Menghasilkan *Cashback*

Dalam era ekonomi modern saat ini, terdapat banyak hal mudah diperoleh, terlebih lagi karena pemasaran yang saling bersaing agar bisa menarik perhatian konsumen pada produk-produknya. Bentuk strategi yang saat ini diterapkan salah satunya ialah *cashback*. *Cashback* saat ini tengah menjadi populer di kalangan masyarakat sebagai sebuah insentif atas penggunaan aplikasi belanja *online* untuk berbelanja. Pertumbuhan fenomena ini didorong oleh fakta bahwa konsumen memiliki peluang untuk menghemat *budget* yang dimiliki, dan nilai *cashback* dapat dipergunakan kembali untuk membeli produk, serta mempercepat proses keputusan dalam bertransaksi. Kemudahan yang telah diuraikan tersebut mencerminkan kecakapan perusahaan penyedia *cashback* dalam menjalankan bisnis dan *fintech*. Pertumbuhan pesat dalam bisnis ini menarik perhatian menjadi aspek yang penting untuk dipahami, terutama dalam konteks penerapan sistem perpajakannya.

Adapun perspektif terhadap proses bisnis yang menghasilkan *cashback* dari instansi pemerintah yakni Direktorat Jenderal Pajak dan dari sisi pengguna yang pernah menggunakan *cashback*. Agus Sugianto selaku penyuluh pajak ahli muda dalam memaknai proses bisnis yang menghasilkan *cashback* menyatakan bahwa,

“Kalau dalam proses bisnis ya, perdagangan kan sebenarnya ada beberapa ya mba ya, orang belanja barang atau belanja sesuatu, dibayar dengan sesuai harga yang tertera dengan nilai transaksi tersebut, dia akan mendapatkan *cashback*. Itu bisa berupa poin atau berupa uang nominal lah, uang dalam bentuk elektronik.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka).

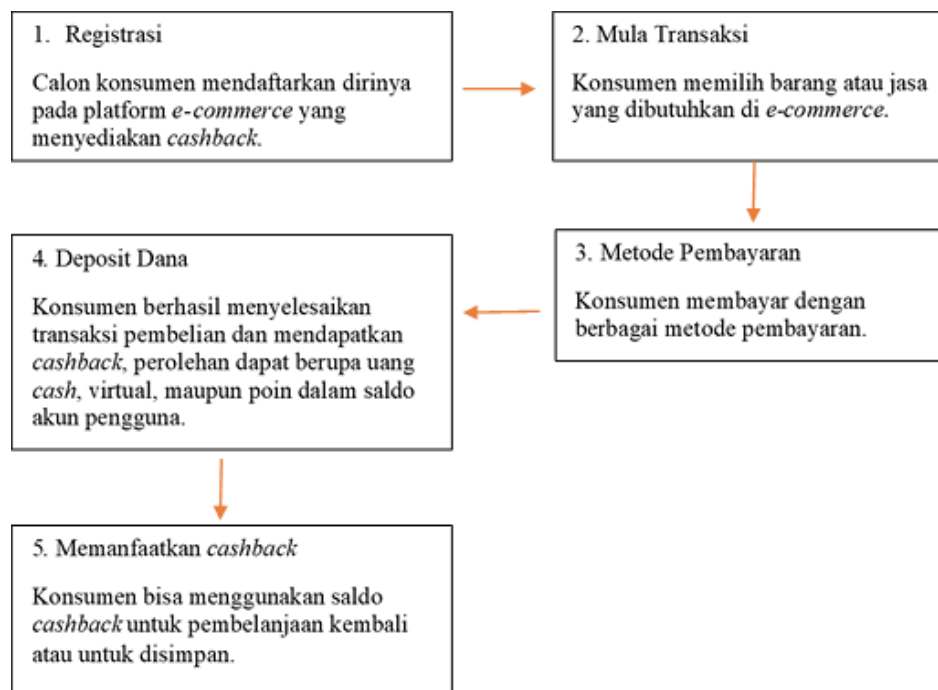
Kemudian YZ dan EG selaku pengguna menjelaskan pendapatnya mengenai proses bisnis atas transaksi *cashback*. YZ mengungkapkan bahwa,

“Jadi transaksi *cashback* yang saya ketahui ialah jika saya belanja di *e-commerce* dan *e-commerce* tersebut mengeluarkan suatu *voucher* dimana ketika ia membelanjakan sesuatu dengan menggunakannya, kita akan mendapatkan yang namanya *cashback*.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 21 September 2023 melalui *video call WhatsApp*).

Lalu EG mengungkapkan bahwa,

”Jadi, kalau yang saya tau sih proses bisnis yang menghasilkan *cashback* itu biasanya memang dimulai dari aplikasi *e-commerce*-nya dulu. Misalnya mereka mengadakan promo-promo untuk membeli produk gitu ya dan membayar memakai aplikasi *e-money* juga, baru kita dapat *cashback* kayak gitu.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 20 September 2023 melalui telepon).

Seperti yang telah disampaikan dari ketiga informan diatas yakni DJP sebagai perumus kebijakan dan dari sisi pengguna, peneliti menerangkan proses bisnis transaksi *cashback* pada Gambar 4.1 berikut:



**Gambar 4.1 Proses Bisnis Transaksi *Cashback***

Sumber : Gambar diolah Peneliti, 2023

Dari Gambar 4.1 dipaparkan terkait proses bisnis yang menghasilkan *cashback* pada aplikasi *e-commerce* dimulai ketika calon konsumen tersebut membuat akun dengan mendaftarkan identitas dirinya menjadi pengguna pada sebuah aplikasi *e-commerce*, kemudian membuat transaksi pembelian barang atau jasa kepada para penjual. Konsumen tersebut membayar sesuai dengan total harga pada nilai transaksi dengan memilih berbagai metode pembayaran, bisa menggunakan *e-money* dari produk perusahaan atau *e-wallet* yang bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Selanjutnya, konsumen tersebut akan mendapatkan sejumlah *cashback* ketika ia telah menyelesaikan transaksi pembelian. *Cashback* tersebut bisa dalam bentuk poin, uang nominal maupun virtual. Adanya pemasaran ini diberikan oleh perusahaan *e-commerce* kepada para *merchant* untuk mendorong penjualan produk.

Pendapat lain dinyatakan oleh KR selaku pengguna yang pernah bertransaksi menggunakan *cashback*. KR berpendapat proses bisnis yang menghasilkan *cashback* dikaitkan dengan adanya batas nominal jumlah transaksi yang wajib dipenuhi agar memperoleh *cashback*, KR menyatakan bahwa,

“Oh, iya. Biasanya kalau kayak di *platform-platform online* itu biasanya saya belanja minimal berapa dan akan mendapat *cashback* berapa persen atau dengan batas tertentu, kayak gitu.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 20 September 2023 secara tatap muka).

Konsep dalam menerima *cashback* dapat beragam tergantung perusahaan penyedia *cashback*. Konsep untuk mendapatkan *cashback* ada 2, yaitu tanpa syarat (tidak ada batas minimal pembelian) dan dengan syarat (ada batas minimal pembelian).

**Tabel 4.1. Dua Konsep Penerimaan *Cashback***

<b>Konsep <i>Cashback</i> dengan syarat</b>	<b>Konsep <i>Cashback</i> tanpa syarat</b>
Perusahaan penyedia <i>cashback</i> atau <i>e-commerce</i> menawarkan promo <i>cashback</i> 10% dengan minimal pembelian Rp100.000.- Jika total pembelian konsumen hanya Rp50.000.- maka konsumen tersebut tidak bisa mendapatkan <i>cashback</i> .	Perusahaan penyedia <i>cashback</i> atau <i>e-commerce</i> menawarkan promo <i>cashback</i> 10% untuk setiap pembelian pulsa. Apabila konsumen memanfaatkannya, konsumen dapat membeli pulsa seharga Rp100.000.- lalu, setelah transaksi berhasil konsumen akan mendapatkan <i>cashback</i> sebesar Rp10.000.- yang dapat digunakan untuk mengurangi harga pembelian berikutnya di <i>e-commerce</i> .

Sumber: Majoo, 2023

#### **4.1.2 *Cashback* sebagai Penghasilan atas Dasar UU No. 7 Tahun 2021 Pasal 4 Ayat (1) tentang Pajak Penghasilan**

Dalam upaya menyusun alternatif kebijakan dalam konteks pemajakan atas transaksi *cashback*, langkah pertama adalah bagi para *stakeholder* yang terlibat dalam transaksi ini untuk mengetahui dengan jelas konsep penghasilan. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, transaksi *cashback* adalah sebuah bisnis modern yang mengalami perkembangan yang masif, sehingga perlu dikaji lebih dalam untuk menentukan penerapan pajak penghasilan yang tepat pada transaksi ini. Komponen

yang pertama dalam definisi penghasilan yang dianut Indonesia tertuang pada Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh) adalah **penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis**. Tambahan kemampuan ekonomis ini mengandung arti bahwa wujudnya tidak wajib dalam bentuk uang, namun bisa dalam wujud lain tapi dengan syarat dapat dinilai dengan uang, seperti dalam bentuk natura atau kenikmatan. Hal ini dikonfirmasi oleh bapak Agus Sugianto berpendapat bahwa, “Iyaa, dianggap sebagai penghasilan sesuai tadi ini Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang Pajak Penghasilan.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka). Sudut pandang yang berbeda dikemukakan oleh para pengguna dalam memandang *cashback* sebagai sebuah penghasilan. KR berpendapat bahwa *cashback* bukanlah sesuatu penghasilan kena pajak. KR menyatakan,

“Menurut saya itu bukan penghasilan, kalo penghasilan itu kalo kayak kita berusaha untuk bekerja mendapatkan sesuatu. Kalo *cashback* itukan kita mau beli, kebetulan aja ada *cashback* ya kita pakai lah, kayak gitu. Jadi kalau menurut saya, kalau dipajakin itu, agak aneh sih, mending nda usah dikasih *cashback* aja sekalian.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 20 September 2023 secara tatap muka).

Menurut pendapat KR, yang disebut dengan penghasilan ialah timbal balik dari sebuah usaha atau pekerjaan. Yang dimaksud dengan pekerjaan disini ialah seperti profesi yang dijalankan oleh seseorang dan mendapatkan gaji atau upah atas pekerjaan tersebut. Kemudian, EG pun memberi pendapatnya terhadap *cashback* jika dianggap sebagai sebuah penghasilan. EG menyatakan,

“Saya jujur baru tau kalau *cashback* itu adalah sebuah penghasilan ya, kalau selama ini saya menganggap *cashback* itu sebagai timbal balik aja sih karna kita udah make aplikasi itu, jadi kayak *win-win solution* gitu dari aplikasinya yang ngasih ke konsumen, konsumennya dapat *win solution*-nya berupa *cashback* gitu. Itu aja sih, jadi selama ini saya ga pernah

nganggap *cashback* itu adalah sebuah penghasilan.” (Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 20 September 2023 melalui telepon).

Dari pemaparan diatas, terlihat bahwa EG selaku pengguna tidak pernah menganggap *cashback* adalah sebuah penghasilan. Selama ini *cashback* dimaknai sebagai sebuah timbal balik kepada konsumen karena telah melakukan transaksi menggunakan aplikasi dari perusahaan tersebut. Berikutnya disisi lain, YZ memberikan pendapatnya bahwa diskon sama dengan *cashback*,

“...Nah, menurut saya ya sebagai pengguna dari *e-commerce*, *cashback* dan diskon itu adalah hal yang mirip lah, serupa, karena pada akhirnya barang itu juga nilainya akan dipotong kan? Cuma bedanya kalau diskon dipotong diawal, sedangkan *cashback* itu dipotong diakhir, begitu sih.” (Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 21 September 2023 melalui melalui *video call WhatsApp*).

Berdasarkan pernyataan YZ diatas, terlihat bahwa hingga saat ini *cashback* kerap kali disandingkan dengan diskon. Sebagai bagian dari strategi pemasaran, diskon dan *cashback* memiliki syarat yang tidak sama. *Cashback* merupakan pengembalian sejumlah uang atau poin kepada konsumen sesudah menyelesaikan transaksi pembelian. Di sisi lain, diskon atau potongan harga memberikan pengurangan harga langsung pada saat pembelian. Singkatnya, diskon memberikan efek penghematan, sedangkan *cashback* memberi efek tambahan uang. *Cashback* dan diskon memiliki sejumlah perbedaan, dipaparkan pada Tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2. Perbedaan *Cashback* dengan Diskon**

No.	Komponen	<i>Cashback</i>	Diskon
1.	Pengertian	<i>Cashback</i> adalah suatu bentuk pengembalian uang tunai, virtual maupun poin kepada konsumen dengan persentase tertentu dari jumlah total pembelian yang bisa digunakan untuk transaksi belanja di masa mendatang.	Diskon adalah pengurangan harga pada produk atau jasa secara langsung. Besarnya potongan harga ini bisa berupa persentase dari harga asli, seperti diskon 20% atau bisa berupa potongan nominal, contohnya diskon 20.000 dan seterusnya.
2.	Mekanisme	a. Harga yang dibayar oleh konsumen adalah harga asli.	a. Potongan harga sifatnya langsung.

		b. Nilai <i>cashback</i> didepositkan ke dalam akun pengguna sehingga baru bisa dirasakan manfaatnya pada transaksi pembelian berikutnya.	b. Konsumen membayar harga barang yang telah mendapatkan dipotong. Maka, konsumen dapat langsung merasakan manfaatnya.
3.	Waktu	<i>Cashback</i> berjangka waktu lebih lama, biasanya hingga 1 bulan penuh. Konsumen berkesempatan lebih fleksibel dalam menggunakannya.	Diskon biasanya berjangka waktu tidak lama, yakni hitungan jam atau harian. Hal ini membuat keputusan konsumen dalam berbelanja menjadi lebih impulsif, karena agar tidak kelewatan kesempatan berbelanja dengan potongan harga tersebut.
4.	Bentuk	<i>Cashback</i> diberikan dalam wujud uang tunai, virtual, <i>voucher</i> belanja, poin, maupun barang, dimana wujud ini tidak bisa dipilih oleh konsumen karena telah ditentukan oleh penyedia <i>cashback</i> .	Diskon berupa potongan harga secara langsung terhadap barang atau jasa yang dibayar oleh konsumen.

Sumber: OCBC NISP, 2023

Bapak Agus Sugianto selaku Penyuluh pajak ahli muda menyatakan *cashback* berbeda dengan diskon sehingga tepat untuk mengklasifikasikan *cashback* sebagai penghasilan kena pajak. Sebagaimana konfirmasi informan dari DJP Bapak Agus Sugianto mengungkapkan bahwa,

“...Nah kita bicara yang kalau dia beli dapat *cashback* yang berupa uang nominal ya, karena itu beda banget antara bonus, diskon sama *cashback* beda ya. Kalau *cashback* disini berarti adalah dianggap masuk ke dalam kategori penghasilan. Selagi, nah ini, selagi nilai harganya tersebut tidak berkurang. Maksudnya, harga barangnya misalkan adalah 1 juta, dia dapat *cashback*. Jadi bayarnya tetap 1 juta dapat *cashback* 100 ribu, jadi dia dapat penghasilan. Nilai barang yang dibeli tetap 1 juta, tapi dia dapat penghasilan. Berarti *cashback* itu dianggap sebagai penghasilan senilai 100 ribu. Kalau didiskon beda ya, kalau didiskon itu 1 juta dapat dipotong 100 ribu jadi 900 ribu, jadi nilai barangnya menjadi 900 ribu. Kalau yang tadi kan nilai barangnya tetap, tapi dapat nilai timbal balik dari penghasilan dari situ. Makanya, dianggap sebagai bahwa itu adalah tambahan penghasilan.”  
(Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka)

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa diskon memberikan efek penghematan, sedangkan *cashback* memberi efek tambahan uang. Maka dari itu,



*cashback* berbeda dengan diskon sehingga tepat untuk memaknai bahwa *cashback* adalah sebuah penghasilan kena pajak. Berikutnya mengonfirmasi terkait *cashback* merupakan sebuah objek pajak, informan Bapak Agus Sugianto berpendapat bahwa,

“...Jadi karena itu dianggap tambahan penghasilan, tambahan kemampuan ekonomis kan bagi dia, siapa tau dia mau membeli barang lagi yang lain kayak gitu.. yang dipakai adalah uang *cashback*-nya tersebut, nah kalo itu termasuk tambahan penghasilan dan merupakan objek pajak.”  
(Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menarik kesimpulan bahwa *cashback* adalah penghasilan dan merupakan sebuah objek pajak. Wajib Pajak perlu memiliki tingkat kesadaran yang tinggi dalam melakukan perhitungan, pemotongan, dan pelaporan atas penghasilannya. Dalam konteks perpajakan, hampir semua pendapatan dapat dikenai pajak, kecuali jika pengecualian yang diatur dalam ketentuan perpajakan. Pengecualian ini dapat mencakup berbagai jenis penghasilan yang tidak dikenakan pajak atau mendapatkan perlakuan pajak khusus, seperti kredit pajak, potongan pajak, atau pengurangan pajak tertentu. Penghasilan yang dikecualikan dari objek pajak tertuang pada Pasal 4 ayat (3) Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 7 Tahun 2021.

Peneliti kemudian menganalisis komponen kedua penghasilan dalam UU PPh Pasal 4 ayat (1) adalah **yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak**. Komponen yang kedua ini memaparkan bahwa penghasilan adalah yang diterima maupun yang diperoleh WP, komponen ini selaras dengan konsep realisasi, yakni tambahan kemampuan ekonomis bisa disebut penghasilan jika telah direalisasi baik memakai metode pencatatan *cash basis* ataupun *accrual basis* (Markus, 2005).

Mengenai masalah kapan saat pengakuan *cashback* sebagai sebuah penghasilan, Bapak Agus Sugianto menyatakan pendapatnya “Kalau kapan dianggap sebagai penghasilan, pada saat nerima *cashback* ya...” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.). Informan dari sisi DJP menjelaskan pengakuan *cashback* sebagai suatu penghasilan pada saat diterima (*cash basis*). Kemudian, peneliti mengonfirmasi kapan saat pengakuan *cashback* sebagai sebuah penghasilan kepada para konsumen. KR menyatakan,

“Ya, kalau karena tadi penjelasannya itu *cashback* itu merupakan suatu pendapatan ya berarti ketika kita mendapatkan *cashback* tersebut, sesudah transaksinya selesai baru kita dapat *cashback* tersebut...” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 secara tatap muka.)

Kemudian konsumen EG pun memberikan pendapatnya, “Pengakuan *cashback* itu dianggap penghasilan ya disaat uang nominalnya itu udah diterima ke dalam *e-money* saya.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 melalui telepon.) Selanjutnya YZ juga mengatakan pendapatnya terkait hal tersebut,

“Menurut saya pengakuan *cashback* sebagai suatu penghasilan itu dikatakan setelah kita mendapatkan nilai dari *cashback* yang kita dapatkan, jadi bukan sebelum atau pas dilakuin, gitu.” (Wawancara dilakukan pada Kamis, 21 September 2023 melalui *video call WhatsApp*)

Dari pernyataan-pernyataan diatas mengenai kapan pengakuan *cashback* sebagai sebuah penghasilan, peneliti menganalisis bahwa *cashback* memenuhi konsep realisasi sebab penghasilan *cashback* diterima oleh konsumen saat telah masuk ke akun mereka masing-masing.

Kemudian dilakukan konfirmasi mengenai komponen yang ketiga, yaitu **baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia**. Dalam konteks komponen penghasilan tersebut, transaksi secara digital diketahui sebagai transaksi lintas batas. Artinya, konsumen bisa membuat transaksi tanpa terikat oleh batasan

geografis negara atau wilayah tertentu. Lalu dikonfirmasi terkait sumber penghasilan *cashback*, Bapak Agus Sugianto menyatakan,

“Nah, kita bicara masalah orang Indonesia dulu ya, belanja yang di luar negeri dapat *cashback*, kalau itu masih dianggap sebagai penghasilan, sama-sama dianggap penghasilan sih mbak sebenarnya. Kalau di Indonesia menganggapnya bahwa dia mendapat penghasilan dari luar negeri nah itu dianggap sebagai penghasilan. Nanti akan dihitung di dalam perpajakan di dalam negeri kan gitu, karena belum ada diatur nih siapa yang memotongnya kan gitu ya.. begitu juga sama halnya orang yang luar negeri, belanja di Indonesia dia dapat *cashback* kan begitu, itu nanti dianggap sebagai penghasilan di negaranya dia dan bayar pajaknya di negaranya dia kan gitu.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Dari pemaparan diatas, dapat dilihat bahwa transaksi yang menghasilkan *cashback* dapat diperoleh dari Indonesia maupun dari luar Indonesia. Komponen ini mengikuti *world wide income principle*, yakni penghasilan yang menjadi objek pajak tidak dilihat sumbernya berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia (Markus, 2005).

Selanjutnya, menganalisis komponen penghasilan yang keempat yaitu **yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan**. Komponen ini mengandung cara menghitung besarnya objek PPh, ialah jumlah semua konsumsi dalam satu periode ditambah dengan kekayaan neto WP satu periode terhitung juga yang digunakan untuk membeli aset dengan tujuan investasi (menggunakan simpanan WP untuk meningkatkan hartanya, seperti membeli saham untuk mendapatkan *capital gain* dan deviden) (Markus, 2005). Ketika ditanya kepada para konsumen mengenai *cashback* yang mereka terima digunakan untuk apa, para konsumen menyampaikan pendapatnya. EG menyatakan, “Kalau *cashback* sih selalu dipakai kembali, biasanya untuk menambah-nambahin uang yang kurang kalau misalkan buat beli sesuatu gitu...”

(Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 melalui telepon.). Kemudian KR menyatakan, “Ya, saya gunakan kembali lah mba untuk pembelian selanjutnya.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 secara tatap muka.). Peneliti menganalisis bahwa EG dan KR selaku pengguna mengungkapkan bahwa *cashback* yang ia terima dipakai kembali untuk membantu mengurangi total harga pembelian selanjutnya. Tidak hanya digunakan langsung untuk dikonsumsi, *cashback* juga dapat digunakan untuk hal lainnya. Contohnya seperti yang dikemukakan oleh YZ selaku pengguna, ia berkata mengumpulkan *cashback* terlebih dahulu untuk ditabung (*saving*).

“...Jadi emang dulu itu saya sering belanja menggunakan *Gojek*, namun *cashback* yang diterima itu berupa *GoPoints*, nah karena emang dia ngasihnya sedikit-sedikit, jadi saya tabung dulu sampai mendapatkan jumlah tertentu yang bisa dibelanjakan maka *cashback* yang berupa *GoPoints* itu saya gunakan untuk membeli pulsa sih biasanya, karena jumlahnya yang kecil, tidak terlalu besar.” (Wawancara dilakukan pada Kamis, 21 September 2023 melalui *video call WhatsApp*)

Berdasarkan pernyataan informan YZ, diketahui bahwa YZ biasanya menabung terlebih dahulu *cashback* yang diterima. Kemudian dapat disimpulkan dari penjelasan para informan di atas, terlihat bahwa *cashback* memiliki manfaat yang nyata, yaitu memberikan uang kembali kepada konsumen, yang dapat dianggap sebagai tambahan kemampuan ekonomis mereka. Konsumen dapat menggunakan nilai tersebut untuk melakukan pembelian barang atau jasa pada transaksi selanjutnya. Dalam hal ini, peneliti melakukan analisis bahwa *cashback* memenuhi komponen ini karena *cashback* dapat digunakan untuk pembelian barang atau jasa kembali dan dapat ditabung.

Kemudian, peneliti menganalisis terkait komponen penghasilan terakhir yaitu **dengan nama dan dalam bentuk apapun**. Bapak Agus Sugianto dari

instansi pemerintah DJP memahami dan menjelaskan jenis dan karakteristik yang tidak sama terkait pengembalian dari transaksi *cashback*. Beliau berpendapat sebagai berikut,

“...*Cashback* itu ada berupa uang virtual, poin, atau *voucher* ya atau juga barang. *Voucher* itu sama seperti *cashback*, jadi dia berupa uang virtual gitu kan karena kan sebagai tambahan penghasilan ya. Kalau poin ini masih apa ya karena harus mengumpulkan gitu ya, karena kecil gitu bisa juga dianggap sebagai penghasilan...” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Menurut beliau, *cashback* yang berwujud uang *cash*, virtual, dan poin termasuk dalam pengklasifikasian penghasilan dan merupakan objek pajak selaras dengan Pasal 4 ayat (1). Pada dasarnya jenis-jenis penghasilan ini sama-sama menambah kemampuan ekonomis, namun hanya namanya yang berbeda, komponen ini selaras dengan prinsip bahwa hakikat ekonomis dianggap lebih penting daripada wujud formal yang dipakai, yakni *substance-over-form-principle* (Markus, 2005). Kemudian dikonfirmasi lebih lanjut oleh Bapak Agus Sugianto apabila bentuk *cashback* yang diberikan berupa barang dinyatakan sebagai berikut,

“...Kalau dalam bentuk barang, nah ini, dalam bentuk barang itu bukan merupakan penghasilan, itu ada di undang-undang di pasal saya lupa pasalnya di Pasal 4, yang menyatakan bahwa pemotongan tidak berlaku untuk hadiah langsung dalam penjualan barang atau jasa sepanjang diberikan kepada semua pembeli. Jadi kalau yang berupa barang dia bukan merupakan penghasilan. Kayak kita beli 1 gratis 1, karena satu kesatuan penjualan dan siapa saja bisa memperoleh barang tersebut kepada konsumen akhir, bukan melalui proses undian gitu kan, itu bukan dianggap sebagai penghasilan kalau dia berupa barang tadi. Hadiah ini kan dia diberikan bagi konsumen akhir baik itu yang melalui undian maupun nda undian. Tapi kalau berupa uang virtual, *voucher*, itu dianggap sebagai penghasilan.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Dari pernyataan diatas diketahui jika *cashback* dalam bentuk barang bukan termasuk dalam penghasilan, namun jika berupa uang tunai, virtual dan *voucher* termasuk dalam penghasilan. Hal ini didukung dengan merujuk pada Peraturan

Direktur Jenderal Pajak No. PER-11/PJ/2015 tentang Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Hadiah dan Penghargaan. Berikut dipaparkan kutipan Pasal 4 ayat (1) PER-11/2015:

Pasal 4

- (1) Pemotongan Pajak Penghasilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 tidak berlaku untuk hadiah langsung dalam penjualan barang atau jasa sepanjang diberikan kepada semua pembeli atau konsumen akhir tanpa diundi dan hadiah tersebut diterima langsung oleh konsumen akhir pada saat pembelian barang atau jasa.

Berdasarkan peraturan Pasal 4 ayat (1) PER-11/2015 diatas peneliti melakukan analisis dan diinterpretasikan bahwa pemotongan PPh tidak berlaku bahwa apabila *cashback* dalam bentuk barang yang diberikan untuk semua konsumen dengan tanpa diundi ketika transaksi pembelian barang atau jasa.

Kemudian saat ditanya terkait peraturan yang tepat saat ini mengenai pemajakan transaksi *cashback*. Sebagai informan dari DJP Bapak Agus Sugianto menjelaskan,

“Untuk saat ini sih belum ada ya, Mbak. Belum ada aturan khusus yang terkait sama *cashback*. Kita bicarain aturan khusus ya, kalau aturan khusus tidak ada, tapi masih menggunakan aturan pada umumnya, yang sedikit mengatur itu ada yang namanya di PMK 66 tahun 2023. Nah, di situ menyatakan bahwa sebenarnya adalah sifatnya kayak natura, memberikan kenikmatan jadi *cashback* ini kalau berupa uang jadi memberikan natura atau penghasilan, jadi bagi perusahaan dia bisa sebagai biaya, dan bagi yang menerima dia dianggap sebagai penghasilan.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa hingga pada saat ini belum ada aturan khusus yang mengatur terkait dengan *cashback*. Namun, peraturan yang paling mendekati mengatur terkait dengan *cashback* ialah PMK Nomor 66 Tahun 2023, yakni mengatur tentang Perlakuan Pajak Penghasilan atas Penggantian atau Imbalan sehubungan dengan Pekerjaan atau Jasa yang Diterima

atau Diperoleh dalam Bentuk Natura dan/atau Kenikmatan. PMK 66/2023 ini berlaku sejak 1 Juli 2023 dan hanya ditujukan kepada karyawan. Berikut dipaparkan kutipan Pasal 3 ayat (1) PMK 66/2023:

#### Pasal 3

- (1) Penggantian atau imbalan sehubungan dengan pekerjaan atau jasa yang diterima atau diperoleh dalam bentuk natura dan/atau kenikmatan merupakan penghasilan yang menjadi objek Pajak Penghasilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a Undang-Undang Pajak Penghasilan.

Berdasarkan peraturan Pasal 3 ayat (1) PMK 66/2023 diatas peneliti melakukan analisis bahwa dari sudut pandang aturan ini, bentuk natura dan/atau kenikmatan yang diterima oleh karyawan ialah objek pajak penghasilan. Maka, wajib dihitung, dibayar, dan dilaporkan dalam SPT Tahunan PPh secara mandiri. Dengan adanya aturan ini memberikan kesetaraan perlakuan, yakni pengenaan pajak penghasilan dengan tidak memandang bentuknya.

### **4.1.3 Konsep Mekanisme Melakukan Kewajiban Perpajakan atas Transaksi**

#### ***Cashback***

Selain berfokus pada analisis terkait pengklasifikasian *cashback* sebagai sebuah objek penghasilan kena pajak, peneliti juga menganalisis mekanisme pengenaan pajak atas transaksi *cashback* yang dapat meningkatkan penerimaan pajak.

#### **1. Perhitungan Pajak atas Transaksi *Cashback***

Sistem pemungutan pajak adalah metode untuk menghitung berapa jumlah pajak yang dibebankan kepada seorang Wajib Pajak untuk negara yang ditempatinya. Ada tiga metode yang digunakan dengan tujuan menentukan subjek yang menghitung dan menetapkan jumlah pajak yang terutang pada seseorang,

yakni *official assessment system*, *self assessment system*, dan *withholding tax system*. Penerapan teknik yang tepat sangat penting untuk efektivitas pemajakan atas transaksi *cashback*. Dari ketiga metode tersebut, peneliti mengidentifikasi mengenai subjek yang berkewajiban melakukan perhitungan dan pemotongan pajak penghasilan atas *cashback* untuk saat ini. Bapak Agus Sugianto berpendapat,

“...Dihitung beban administrasinya oleh si konsumen akhir atau yang menerima *cashback*. Nah, atas *cashback* tersebut kalau di perpajakan menganut sistem *self-assessment* ya...” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Berdasarkan pernyataan tersebut, subjek yang berkewajiban untuk melakukan perhitungan dan pemotongan pajak penghasilan atas transaksi *cashback* ialah konsumen akhir atau penerima *cashback* (*self assessment system*). Dasar hukum yang mengatur terkait sistem pemungutan pajak *self assessment system* ialah Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP). Berikut dipaparkan kutipan Pasal 12 ayat (1) dan (2):

#### Pasal 12

- (1) Setiap Wajib Pajak wajib membayar pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan, dengan tidak menggantungkan pada adanya Surat Ketetapan Pajak.
- (2) Jumlah pajak yang terutang menurut Surat Pemberitahuan yang disampaikan oleh Wajib Pajak adalah jumlah pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Berdasarkan peraturan Pasal 12 ayat (1) dan (2) UU KUP diatas peneliti melakukan analisis bahwa sistem pemungutan pajak ini lebih menekankan partisipasi aktif dari pihak WP dalam proses pemungutan pajak, sementara pemerintah atau otoritas perpajakan hanya memainkan peran sebagai pengawas dan penegak hukum. Dalam sistem ini, inisiatif, perhitungan dan proses pemungutan pajak sepenuhnya menjadi tanggung jawab oleh WP. WP dianggap memiliki



kemampuan untuk menghitung pajak dengan tepat, memiliki tingkat kejujuran yang tinggi, menyadari pentingnya kewajiban membayar pajak, dan memahami hukum perpajakan. Setelah menentukan subjek, kemudian mengonfirmasi tentang konsep perhitungan dalam pengenaan pajak atas *cashback* untuk saat ini, beliau berpendapat bahwa,

“...Dianggap sebagai tambahan yang sifatnya adalah progresif tadi, dianggap sebagai tambahan kemampuan ekonomis jadi penghasilan yang belum dipotong pajak. Jadi nanti dihitungnya pada saat tadi, kalau di undang-undang PPh kan di pasal 17 ya.. Ditambahkan disitu, baru ya dikurangi PTKP kemudian nanti berapa pajak yang telah dipotong, nah selisihnya itu baru nanti diperhitungkannya di SPT Tahunan gitu, seperti itu sih mbak.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Dari hasil wawancara diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa, untuk saat ini menyikapi perhitungan dalam kewajiban perpajakan atas transaksi *cashback* dilakukan oleh subjek pajak konsumen atau penerima *cashback* secara *self-assessment* dengan mekanisme menambahkan total *cashback* yang diperoleh pada penghasilan setahun menurut pasal 17, dan kemudian dikurangi PTKP wajib pajak tersebut, hingga jumlah selisihnya akan tertera secara otomatis dikalkulasi SPT Tahunan.

## **2. Pemotongan Pajak atas Transaksi *Cashback***

Dalam tahap pemotongan, untuk memenuhi kewajiban perpajakan atas transaksi *cashback* dilakukan oleh siapa subjek yang bertanggung jawab penuh memenuhi dokumen dan melaksanakan langkah-langkah dalam melakukan pemotongan pajak. Ketika ditanya terkait siapa yang berkewajiban melakukan pemotongan pajak atas transaksi *cashback* untuk saat ini, Bapak Agus Sugianto berpendapat bahwa,

“Kalau secara saat ini, saya ngomongin saat ini dulu ya, kalau saat ini beban administrasi untuk membayar pajak atau menanggung pajaknya adalah, sebenarnya sama-sama konsumen akhir ya si penerima *cashback* lah. Jadi, si penerima *cashback* itu dia menambah penghasilan dan merupakan objek pajak, jadi dia harus menanggung pajak kan. Ya misalnya si pembeli lah yang dapat *cashback*, jadi siapa yang dapat *cashback*, dia sebagai penanggung pajaknya...” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Berdasarkan hasil tersebut, terlihat bahwa yang berkewajiban melakukan pemotongan pajak atas transaksi *cashback* untuk saat ini ialah konsumen akhir atau penerima *cashback* juga. Kemudian terkait dokumen yang diperlukan untuk melengkapi lampiran saat pemotongan pajak, Bapak Agus Sugianto selaku penyuluh pajak ahli muda di DJP menyatakan,

“Ya, kalau dari sisi pelaksanaan kewajiban perpajakannya bagi wajib pajak misalnya bagi konsumen yang memang dapat *cashback*, dilakukan pencatatan. Pencatatan berapa sih dalam periode 1 tahun berapa *cashback* yang telah ia dapat...” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Dokumen adalah bukti yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan pemotongan pajak atas transaksi *cashback*. Dokumen yang dapat digunakan ialah bukti riwayat menerima penghasilan yang tertera nominal *cashback*-nya dalam kurun waktu 1 periode atau 1 tahun. Dokumen ini nanti akan dimasukkan pada saat langkah berikutnya yaitu pelaporan pajak menggunakan SPT Tahunan. Kemudian mengenai hal tersebut, ketika ditanya terkait pencatatan atas *cashback* yang pernah diterima, para konsumen mengaku tidak pernah melakukan pencatatan. EG menyatakan, “Ohh, enggak, kalau saya nggak pernah, mba. Kalau cek aja berapa saldo *cashback*-nya gitu ya pernah, cuman kalau pencatatannya ga pernah.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 melalui telepon.). Kemudian KR menyatakan, “Belum pernah.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20

September 2023 secara tatap muka.) dan terakhir YZ menyatakan, “Tidak, saya tidak pernah mencatat sama sekali pun” (Wawancara dilakukan pada Kamis, 21 September 2023 melalui *video call WhatsApp*). Dari hasil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa para pengguna atau penerima *cashback* tidak pernah melakukan pencatatan atas *cashback* yang pernah diterima. Kendala yang dialami oleh pengguna adalah kurangnya kesadaran dan kesulitan untuk mengingat agar melakukan pencatatan dari aplikasi *e-commerce*. Contohnya, dalam setahun pengguna melakukan banyak transaksi di berbagai situs *e-commerce* yang berbeda. Hal ini merupakan kendala yang menyulitkan jika pengguna lupa untuk mencatatnya. Kurangnya kesadaran dalam pencatatan ini berdampak akan kemampuan para pengguna dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya.

### **3. Pelaporan Pajak atas Transaksi *Cashback***

Selaras dengan mekanisme perhitungan dan pemotongan pajak yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini juga memaparkan mengenai mekanisme pelaporan pajak yang tepat pada saat ini untuk pengenaan pajak atas transaksi *cashback*. Peneliti melakukan analisis bahwa setiap WP memiliki kewajiban dan tanggung jawab penuh terkait pelaporan perpajakannya, meskipun sistem pemungutan pajaknya secara *withholding tax* atau diberikan kepada pihak ketiga.

Dokumen yang diperlukan untuk melengkapi pengisian SPT Tahunan adalah catatan atas bukti riwayat menerima penghasilan yang tertera nominal *cashback*-nya dalam kurun waktu 1 periode atau 1 tahun yang telah dibahas sebelumnya. Selanjutnya, mengonfirmasi terkait konsep pengisian SPT Tahunan

dalam melaksanakan kewajiban perpajakan atas transaksi *cashback*, Bapak Agus Sugianto menyatakan,

“...Nah, nanti dimasukkan di dalam SPT Tahunan, ada lampiran penghasilan yang belum dikenakan pajak, ya dimasukin disitu. Penghasilan yang di lampiran 1 kalau tidak salah, saya lupa.. Penghasilan yang belum dikenakan pajak, dimasukkan disitu, nanti diperhitungkan pada saat di SPT Tahunannya.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, konsumen atau penerima *cashback* memiliki kewajiban untuk melaporkan pajak atas penghasilan *cashback* dalam Lampiran 1 Bagian A pada Penghasilan Lain sebagai tambahan penghasilan pada SPT Tahunan yang ada pada gambar 4.2 dibawah ini:

SPT 1770 S

Lampiran I

Halaman ke 3 dari 5

Bagian A. Penghasilan Neto Dalam Negeri Lainnya(Tidak Termasuk Penghasilan Dikenakan PPh Final dan/atau Bersifat Final)

1	Bunga	<input type="text"/>
2	Royalti	<input type="text"/>
3	Sewa	<input type="text"/>
4	Hadiah	<input type="text"/>
5	Keuntungan dari Penjualan/Pengalihan Harta	<input type="text"/>
6	Penghasilan Lain	<input type="text"/>
Jumlah Bagian A		0

Lanjut ke B >

**Gambar 4.2 Penghasilan Lain dalam SPT Tahunan PPh Orang Pribadi**  
Sumber : Direktorat Jenderal Pajak, 2023

Bagian A ini dipakai oleh WP untuk melaporkan penghasilan dalam negeri lainnya yang diterima atau diperoleh dalam 1 periode atau 1 tahun pajak, contohnya seperti

bunga, royalti, sewa, hadiah, keuntungan dari penjualan/pengalihan harta, dan penghasilan lain.

#### 4. Sanksi atau Denda Administrasi

Indonesia adalah negara hukum, yang berarti pemerintah memiliki aturan resmi yang harus diikuti oleh semua warga Indonesia. Jika aturan-aturan tersebut tidak dipatuhi, maka individu atau kelompok tersebut akan dikenai sanksi, termasuk dalam hal pemotongan pajak. Penelitian ini memaparkan terkait sanksi atau denda administrasi jika WP tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya. Bapak Agus Sugianto mengatakan,

“Nah, ini kembali lagi ya mba ya terkait sama kewajiban perpajakan *cashback* ini saat ini ya, karena kewajiban perpajakan *cashback* itu kan tadi dianggap sebagai tambahan penghasilan, kemudian di SPT Tahunan itu ada “SPT Tahunan harus diisi dengan benar, lengkap dan jelas dan dasarnya adalah sesuai dengan kondisi yang sebenar-benarnya.” Nah, berarti dari sisi Wajib Pajak ada penghasilan nih yang belum dilaporkan dari Wajib Pajak apa itu? Yaitu adalah *cashback* tadi kan dia dapat berapa *cashback* setahun, dan dia tidak dilaporkan di SPT Tahunan. Nah, kalau dia tidak melaporkan dalam SPT Tahunan, pertama, berarti itu SPT Tahunannya tidak benar, lengkap dan jelas. Nah, kalau memang pada saat dia mau melengkapi kan berarti dia nanti akan dikenakan namanya.. ini kalau dia sudah melaporkan SPT Tahunan, ya mba ya. Kalau memang diketahui ada datanya ya dikenakan sanksi bunga namanya. Sanksi bunga itu sebesar berapa dia di waktu pembayaran sampai tanggal diterbitkan sanksinya itu. Suku Bunga Acuan berdasarkan PMK peraturan menteri keuangan yang berlaku ada itu PMK Bunga Acuan dikalikan dengan berapa nominal yang kurang bayarnya, bukan berdasarkan *cashback*-nya loh mba ya, bukan, tapi berapa pajak yang kurang bayarnya...” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Berdasarkan analisis yang merujuk pada penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perhitungan, pemotongan serta pajak untuk penghasilan *cashback* dilakukan dengan mekanisme *self assessment system*, yaitu oleh konsumen atau penerima *cashback*. Apabila WP melakukan pembetulan secara

mandiri SPT Tahunan yang berdampak beban pajaknya menjadi lebih besar, maka akan dikenai sanksi bunga. Pada saat penelitian ini dituliskan, sanksi tersebut tertulis dalam peraturan tarif suku bunga acuan yang berlaku ialah Keputusan Menteri Keuangan Nomor 44/KM.10/2023 tentang Tarif Bunga sebagai Dasar Penghitungan Sanksi Administratif Berupa Bunga dan Pemberian Imbalan Bunga. Proses perhitungan sanksi administrasi bunga dimulai pada saat WP yang baru membayar pajak kurang bayarnya setelah jatuh tempo pelaporan SPT Tahunan akan dibebankan denda sebesar 0,95% dikalikan per bulan sampai dengan tanggal pembayaran. Namun, perlu diingat bahwa peraturan suku bunga acuan ini berbeda tiap bulannya.

## **5. Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi *Cashback***

Semua langkah dalam proses perhitungan, pemotongan, dan pelaporan pajak dirancang dengan tujuan untuk memudahkan Wajib Pajak dan mengurangi kendala dalam pelaksanaannya. Sehubungan dengan kendala, Bapak Agus Sugianto sebagai Penyuluh pajak ahli muda di DJP menjelaskan kendala hingga saat ini belum ada peraturan khusus yang mengatur terkait pemajakan atas penghasilan *cashback* di *e-commerce* sebagai berikut,

“...Kalau di perpajakan ada namanya asas keadilan. Asas keadilan itu adalah orang yang punya kemampuan lebih ada batasan penghasilan yang tidak kena pajak. Kalau semua dipajakin kan kasihan juga mbak ya... Ini memang banyak kan gitu ya, masih dalam studi ini adil ngga sih? Maksudnya, ini kita kalau mau pakai tarif progresif gimana? Mau tarif PPh final bagaimana? atau langsung biar tidak ada beban administrasi lagi, mau pakai final atau progresif. Ya ini, kalau asas keadilannya, pakai progresif yang saat ini berlaku. Namun, sengaja diatur biar nanti masuknya di progresif biar nanti ada asas keadilan bagi yang kecil-kecil ini, bagi yang si konsumen yang memiliki penghasilan masih dibawah PTKP. Soalnya disini, kalau semua nanti dikenakan pajak, nanti khawatirnya isu terkait

apa-apa dipajakin, itukan jadi permasalahan. Jadi ini mempertimbangkan, sehingga aturan terkait sama *e-commerce* itu belum dibuat khusus untuk *cashback*-nya, seperti itu.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Beliau mengatakan bahwa hingga saat ini dalam merumuskan aturan yang khusus membahas terkait pajak penghasilan atas transaksi *cashback* masih dalam studi dengan mempertimbangkan dari berbagai sudut pandang pihak-pihak yang terlibat didalamnya.

Sehubungan dengan belum adanya aturan khusus yang mengatur terkait penghasilan atas transaksi *cashback*, Bapak Agus Sugianto dari otoritas perpajakan memberi saran terkait pengenaan tarif pajak penghasilan atas *cashback* jika yang menerima WP Orang Pribadi,

“...Ya, ngarepnya sih kedepannya mbak ya, kalau saya pribadi ya, ngomongin secara pribadi, kalau memang *cashback* itu sama seperti pada saat kita kayak bunga bank gitu, sama jadi sifatnya final gitu kan ya. Jadi nanti bagi yang menerima, udah tidak perlu memperhitungkan lagi kan gitu, jadi tinggal dilaporkan saja. Ini kalau dari saya pribadi ya, karena kalau misalkan mau ngikutin tarif secara umum tarif progresif itu biaya administrasinya terlalu besar. Tapi kalau dengan kayak kita nabung kan PPhnya bersifat final ya, jadi ya berapa kita dapat langsung dipotong jadi bagi yang menerima juga tidak menjadi beban administrasi, cuma tinggal melaporkan saja.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Berdasarkan pernyataan diatas, beliau berpendapat bahwa untuk pemajakan atas penghasilan *cashback* yang lebih baik ialah dengan tarif final, layaknya seperti bunga bank, daripada mengikuti tarif secara umum. Selain memudahkan dari segi beban administrasi, WP juga langsung menerima hasil bersih setelah dilakukan pemotongan sehingga kewajiban berikutnya hanya melaporkan saja di SPT Tahunan. Dari sisi konsumen atau penerima *cashback* akan menghemat *time cost* mereka dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Peneliti menganalisis

bahwa pendapat Bapak Agus selaras dengan hasil penelitian oleh Kusumawardhani dan Gunadi (2021) dimana konsep untuk pemajakan atas transaksi *cashback* yang tepat untuk dipakai adalah dengan *schedular taxation*. Artinya, penghasilan tersebut dikenakan pajak secara final dengan tarif tertentu. Jika dengan melihat transaksi *cashback* di *e-commerce* memiliki intensitas yang banyak dengan nominal yang relatif kecil, serta tidak ada identitas NPWP konsumen, maka konsep *schedular taxation* sangat tepat untuk digunakan. Adapun dari sisi pengguna yang mengutarakan pendapatnya terkait peraturan pemajakan atas transaksi *cashback*. YZ berpendapat bahwa,

“...Kemudian, karena masih kurangnya peraturan dalam *cashback* ini, saya sarankan juga buat melihat batasan-batasan nilai atau jumlah dari pendapatan *cashback* ini yang akan dipajakkan gitu, terima kasih.”  
(Wawancara dilakukan pada Kamis, 21 September 2023 melalui *video call WhatsApp*)

Pandangan dari sisi pengguna berpendapat bahwa perlu ditetapkannya batasan jumlah dari *cashback* yang akan dikenakan pajak. Hal ini selaras dengan hasil penelitian oleh Kunal Sharma (2022) dimana beliau menyatakan bahwa perlu adanya batasan yang jelas terkait jenis dan jumlah *cashback* yang termasuk dalam cakupan pajak penghasilan.

Kemudian ketika ditanya terkait jika menerapkan *withholding tax* untuk memungut pajak penghasilan atas *cashback*, Bapak Agus Sugianto berpendapat bahwa,

“...Nah, kalau terkait sama *cashback* ini ada potensi bisa berlaku seperti itu, jadi kalau memang perusahaan sebagai pemotong atas *cashback* tersebut “*cashback* 100 ribu” ternyata dianggap sebagai penghasilan kan gitu, nanti akan dipotong sekian itu kan, sebenarnya bisa. Nanti bagi perusahaan *e-commerce*-nya sebagai pemotong PPhnya... Tinggal nanti aturan untuk memungutnya dibuat gitu kan ya. Karena kita tidak bisa, perusahaan itu nda akan bisa memungut kalau nda ada hukumnya dulu,



jadi adain hukumnya dulu. Di pajak juga gitu kan mba, di pajak itu kan kita boleh memungut, menagih itu kan harus ada aturan hukumnya dulu kan ya, kalau tidak ada aturan hukumnya kan dianggap pungli, pemalakan gitu kan ya. Jadi harus ada dasar hukumnya dulu, kalau tidak ada dasar hukumnya nda akan bisa berjalan gitu.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 6 September 2023 secara tatap muka.)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti melihat bahwa ada titik terang kemungkinan pemajakan atas transaksi *cashback* oleh pihak ketiga, yaitu perusahaan penyelenggara *cashback* atau *e-commerce*. Dari sisi petugas pajak menyarankan untuk pemotongan dan pemungutan *cashback* dilakukan oleh perusahaan *e-commerce*. Kemudian dari sisi pengguna pun demikian, mereka menyampaikan pandangannya jika mekanisme pemotongan pajak atas nilai *cashback* diserahkan kepada perusahaan penyedia *cashback*. YZ menyampaikan bahwa,

“Menurut saya ya, karena pasti banyak juga orang tidak menghitungnya atau tidak rajin, maka dari itu platform dari *e-commerce* sendiri yang harus melakukan. Ya karena memang kan di *e-commerce* juga sudah punya sistem otomatis yang bisa menghitung pengeluaran dan pemasukannya, biar lebih otomatis aja dari *e-commerce*-nya gitu.” (Wawancara dilakukan pada Kamis, 21 September 2023 melalui *video call WhatsApp*)

Kemudian dari informan KR menyatakan,

“Ya, kalau menurut saya langsung dari *e-commerce*-nya aja lah. Soalnya, kalau kayak ngingat-ningat kayak gitu itu agak ribet, apalagi kita ini bekerja kan saya aja kerja itu hampir 10-11 jam, jadi saya nggak ingat lagi, apalagi saya punya anak, jadi ngga terlalu mengurus kayak gitu. Jadi, kalau bisa sih langsung aja.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 secara tatap muka.)

Dan yang terakhir EG menyatakan,

“Kedepannya yang akan datang terhadap *cashback* yang akan dipajakin, pajakinnya itu ke perusahaannya aja langsung, bisa nggak sih?...Jadi, penggunanya itu semua dapat yang bersihnya, gitu. Jadi, kebijakannya itu lebih ke arah perusahaan, jangan ke arah masyarakat, karena jujur misalkan ditarikin semua ke masyarakat kayak “Ah, apa-apa pajak, apa-apa pajak” pasti masyarakat juga lebih ke arah kontra...” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 melalui telepon.)

Dari berbagai hasil wawancara tersebut, peneliti melakukan analisis bahwa adapun alasan-alasan yang mendukung jika diterapkannya *withholding tax* pada pemajakan *cashback*, pertama karena *e-commerce* dianggap memiliki informasi mengenai jumlah *cashback* yang diterima setiap konsumennya. Kedua, kesadaran dan pengetahuan akan kewajiban perpajakan dari WP yang masih minim, serta adanya rasa keberatan jika kewajiban harus dilaksanakan secara individu atau *self assessment system*. Ketiga, sistem yang belum cukup mumpuni untuk melakukan pengawasan kepada para pengguna. Menurut Kusumawardhani dan Gunadi (2021) jika mekanisme perpajakannya dengan menggunakan *withholding tax*, perlu digaris bawahi bahwa keadaan perusahaan harus sudah stabil agar tidak terbebani dengan *tax collection cost* dimana akan menjadi penghambat perkembangan perusahaan tersebut.

Berikutnya, ketika ditanya terkait rasa keberatan apabila kedepannya pemajakan atas transaksi *cashback* ini diterapkan, para pengguna *e-commerce* mengutarakan pendapatnya. KR berpendapat bahwa,

“Kemungkinan sih ada (keberatan), berarti lebih baik langsung dipotong didepan aja gitu, mungkin saya akan memilih seperti itu daripada *cashback*, potongan didepan atau diskon... karena kalau *cashback* itu tadi dipajakin ya? Mending langsung dipotong didepan aja, jadi promosinya jelas kita ngga merasa tertipu atas *cashback* tersebut.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 secara tatap muka.)

Dari pernyataan di atas, terlihat bahwa ada rasa keberatan dari pengguna apabila kedepannya pemajakan atas transaksi *cashback* ini diterapkan, dan lebih memilih promosi berupa diskon atau potongan langsung daripada *cashback*. Hal ini dipandang lebih efisien dan transparansi yang dirasakan oleh pengguna ketika melakukan transaksi pembelian. Kemudian, informan EG berpendapat bahwa,

“Iya, saya bakal merasa kurang aja pakai itu, kecuali memang pajaknya dikasihkan ke perusahaan. Jadi, saya melihatnya secara bersihnya, mungkin ini mempengaruhi psikologis bagi para konsumen ya kalau misalkan pajak itu ditarik pas waktu di konsumen. Saya ngeliatnya “Aduh, kenapa sih dipotong-potong mulu” Sedangkan kalau misalnya nanti di perusahaan langsung dipajakin, mungkin saya masih bisa menerimanya, kayak gitu. Mungkin ada efek-efek psikologis di situ.” (Wawancara dilakukan pada Rabu, 20 September 2023 melalui telepon.)

Dari hasil wawancara tersebut adapun rasa keberatan jika pemajakan atas transaksi *cashback* dikenakan ketika telah diterima oleh pengguna, tetapi tidak demikian jika diserahkan kepada perusahaan *e-commerce*. Pengguna lebih memilih jika pengenaan PPh atas *cashback* dilakukan oleh perusahaan secara langsung dan disalurkan nilai bersih dari *cashback* yang telah dipotong tersebut ke dalam akun pengguna. Dari sisi psikologis, pengguna tidak akan merasa dirugikan jika pemajakan atas penghasilan *cashback* tersebut dikenakan kepada perusahaan. Namun disamping itu, ada pengguna yang tetap akan berbelanja di *e-commerce* dan menggunakan *voucher cashback* meskipun kedepannya diterapkan pemajakan atas transaksi *cashback*. YZ mengungkapkan pendapatnya bahwa,

“Oke, dikarenakan kita hidup di dunia digital ya, dan kita selalu membutuhkan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan kita, berarti kan kita tetap belanja di *e-commerce*, dan jika memang dikenakan pajak, saya tetap akan menggunakan *voucher cashback* tersebut untuk belanja di *e-commerce-nya*” (Wawancara dilakukan pada Kamis, 21 September 2023 melalui *video call WhatsApp*)

Dari pendapat diatas terlihat bahwa seiring dengan perkembangan zaman ditandai dengan kemudahan teknologi saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa berbelanja secara *online* melalui *e-commerce* akan terus ada dan dibutuhkan oleh masyarakat. Maka dari itu, adapun dari sisi pengguna yang tidak merasa keberatan jika kedepannya diterapkan pemajakan atas transaksi *cashback*.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan serangkaian pembahasan terkait perspektif terhadap kemungkinan pemajakan atas transaksi *cashback* dalam meningkatkan penerimaan pajak, maka peneliti dapat menyimpulkan 2 hal. Pertama, nilai *cashback* dapat diklasifikasikan sebagai sebuah penghasilan kena pajak berdasarkan pasal 4 ayat (1) Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Pajak Penghasilan. Kesimpulan ini dapat ditarik atas dasar, yakni: (1) *cashback* dapat menambah kemampuan ekonomis penerimanya; (2) *cashback* diterima atau diperoleh konsumen dalam periode waktu tertentu; (3) *cashback* berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia; (4) *cashback* dapat digunakan untuk konsumsi kembali atau menambah harta dengan ditabung; (5) *cashback* berbentuk uang tunai, virtual, poin, dan *voucher* memenuhi komponen penghasilan dengan nama dan bentuk apapun, hakikatnya penghasilan bisa dalam wujud apapun dengan catatan memberikan tambahan kemampuan ekonomis.

Kedua, mekanisme pengenaan pajak atas transaksi *cashback* untuk saat ini diserahkan kepada konsumen atau penerima *cashback* secara mandiri (*self assessment system*) sebagai subjek yang melakukan perhitungan, pemotongan, pelaporan pajak penghasilan atas *cashback* yang telah diterima. Mekanismenya adalah WP melakukan pencatatan atas jumlah *cashback* yang diterima selama 1 periode dan dimasukkan ke dalam kolom penghasilan lain di SPT Tahunan. Mekanisme ini adalah solusi untuk saat ini yang diinformasikan oleh DJP selaku

otoritas perpajakan untuk meningkatkan penerimaan pajak. Namun kedepannya, adapun kemungkinan bahwa mekanisme pengenaan pajak atas transaksi *cashback* akan dilakukan secara *withholding tax system* atau melalui pihak ketiga oleh perusahaan *e-commerce*.

## 5.2 Saran

Atas dasar hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan oleh peneliti, maka adapun empat saran untuk mengimplementasikan peraturan pajak penghasilan atas transaksi *cashback*. Pertama, Direktorat Jenderal Pajak seharusnya lebih memberi perhatian pada proses bisnis ini. Meskipun jumlah *cashback* yang diperoleh dalam satu transaksi mungkin terlihat kecil, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa banyak orang berhasil menerima penghasilan yang signifikan. Rendahnya pemahaman dan perhatian pada model bisnis ini adalah faktor yang mengakibatkan *potential loss* bagi negara. Maka dari itu, pemerintah di bawah Kementerian Keuangan harus sigap terhadap perubahan bisnis pada saat ini.

Kedua, pemerintah dapat melakukan evaluasi terhadap variasi *cashback* dan metode pengenaan pajak yang sebaiknya diterapkan. Kemudian, pemerintah dapat mengembangkan kebijakan yang jelas terkait dengan pemajakan atas penghasilan *cashback*. Tujuannya adalah untuk menghindari ambiguitas dalam pemajakan *cashback*, merujuk satu dari lima prinsip dalam pemungutan pajak adalah asas *certainty* (kepastian).

Ketiga, implementasi peraturan mekanisme secara *withholding tax* untuk pajak penghasilan atas transaksi *cashback* penting untuk dilakukan riset dan penyuluhan secara berkelanjutan kepada perusahaan-perusahaan yang

menyediakan layanan *cashback* dan juga kepada para pengguna atau konsumen. Hal ini bertujuan agar setiap pihak yang terlibat dalam kebijakan ini memiliki pemahaman yang jelas terkait peranan yang harus mereka penuhi dan terima.

Keempat, dalam penelitian berikutnya, diperlukan untuk melakukan riset dan analisis yang lebih mendalam terkait transaksi *cashback* sebagai potensi baru dalam pengenaan pajak. Tujuannya adalah memberikan rekomendasi kepada otoritas perpajakan mengenai pengenaan pajak atas transaksi *cashback*, sehingga pelaksanaannya dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diinginkan dalam proses pengenaan pajak tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asri, A. (2021). *Buku Ajar Hukum Pajak dan Peradilan Pajak* (H. Wijayanti, Ed.). Sukabumi: CV Jejak.
- Apollo. (2023). *Fenomena dan Metode*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Ayza, B. (2017). *Hukum Pajak Indonesia Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Brotodihardjo, R. S. (2003). *Pengantar Ilmu Hukum Pajak* (L. Rasjidi & J. Budhi, Eds.; 4th ed., Vol. 1). Bandung: PT Refika Aditama.
- Cambridge Dictionary. (2022). *Cambridge Business English Dictionary*. In *Cambridge Dictionary*. Diakses pada 14 November 2022. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cashback>
- Cintha. (2021). *Cashback Adalah: Pengertian dan Dampaknya dalam Strategi Marketing - Accurate Online*. Diakses pada 14 November 2022 <https://accurate.id/marketing-manajemen/cashback-adalah/>
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan* (R. P. Setyanto, Ed.; Vol. 1). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2023). *Tata Cara Pengisian SPT Tahunan 1770S dan 1770SS OP Karyawan*. <https://djponline.pajak.go.id/>
- Ervina, N., Wicaksono, G., Naeruz, M., Alamanda, A. R., Rahmawaty, Riftiasari, D., Mutia, E., Saleh, M., Marlina, R., Fadhila, W., Triyani, Y., & Mahanani, S. (2022). *Perpajakan: Teori dan Kasus (Berdasarkan Peraturan Terbaru)* (Y. Welly, Ed.). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita, Ed.). Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Gramedia. (2022). *Mengenal Pengertian Cashback, Keuntungan, dan Jenis-Jenis Promonya*. Diakses pada 3 November 2022 [https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-cashback/#Keuntungan\\_Promosi\\_Cashback\\_Bagi\\_Perusahaan](https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-cashback/#Keuntungan_Promosi_Cashback_Bagi_Perusahaan)
- Himma, F. (2022). *Cashback adalah: Arti dan Bedanya dengan Diskon*. Diakses pada 24 September 2023. <https://majoo.id/solusi/detail/cashback-adalah>
- Idrus, S. (2021). *Menulis Skripsi Sama Gampangnya Membuat Pisang Goreng (Penting Ada Niat & Kemauan)* (1st ed.). Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi
- iPrice Group. (2022). *Top 50 E-Commerce Sites & Apps in Indonesia 2019*. Diakses pada 8 November 2022 <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

- Kemendag. (2021). “Pada 2030, Ekonomi Digital RI Tumbuh 800 Persen, Mendag Ajak Kaum Muda Jadi Entrepreneur” Siaran pers, 19 November 2021. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/pada-2030-ekonomi-digital-ri-tumbuh-800-persen-mendag-ajak-kaum-muda-jadi-entrepreneur>
- Kumparan. (2022). *Cara Mendapatkan Cashback Tokopedia, Belanja Jadi Makin Hemat*. Diakses pada 5 Februari 2023. <https://kumparan.com/berita-bisnis/cara-mendapatkan-cashback-tokopedia-belanja-jadi-makin-hemat-1zX5RWdg7A1>
- 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>
- Kwilinski, A., Volynets, R., Berdnik, I., Holovko, M., & Berzin, P. (2019). *E-Commerce: Concept and Legal Regulation in Modern Economic Conditions. Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 22(2).
- Legowo, M. B., Subanidja, S., & Sorongan, F. A. (2020). Model Mekanisme FinTech untuk Inovasi Teknologi pada Industri Keuangan dan Perbankan Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi (SISFOTEK)*, 4(2597–3584), 322–330.
- Manzoor, A. (2010). *E-commerce: An Introduction*. Saarbrucken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG.
- Markus, M. (2005). *Perpajakan Indonesia Suatu Pengantar* (Sukoco, Ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Media Indonesia. (2021). *4 Fakta Unik Diskon dan Cashback, Ternyata Ini Sejarahnya*. Diakses pada 3 November 2022 <https://mediaindonesia.com/ekonomi/415792/4-fakta-unik-diskon-dan-cashback-ternyata-ini-sejarahnya>
- OCBC NISP. (2021). *Cashback Adalah: Arti, Cara Hitung & Bedanya dengan Diskon*. Diakses pada 9 September 2023. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/09/16/cashback-adalah>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *FAQ Fintech Lending*. Diakses pada 3 November 2022 <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ%20Fintech%20Lending.pdf>
- Pahlevianur, M. R., Grave, A. de, Saputra, D. N., Mardianto, D., Sinthania, Ns. D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisy, M., & Ahyar, D. B. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (F. Sukmawati, Ed.; 1st ed.). Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup.



- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahayu, I. (2018). *Riset: Diskon dan Cashback Jadi Senjata Ampuh Tarik Minat Pelanggan*. Diakses pada 8 November 2022 <https://www.inews.id/finance/bisnis/riset-diskon-dan-cashback-jadi-senjata-ampuh-tarik-minat-pelanggan>
- Rosalinawati, E., & Syaiful, S. (2018). Analisis Pajak Penghasilan atas Transaksi E-Commerce di Kabupaten Gresik. *JIATAX (Journal of Islamic Accounting and Tax)*, 1(1), 1. <https://dx.doi.org/10.30587/jiatax.v1i1.443>
- Sari, E. (2021). *Controlled Foreign Company: Pengertian dan Implementasi di Indonesia*. Diakses pada 15 September 2022 <https://www.pajakku.com/read/608be03deb01ba1922ccaac5/Controlled-Foreign-Company:-Pengertian-dan-Implementasi-di-Indonesia>
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (F. Maharani, Ed.). Yogyakarta: PT Kanisius.
- Sendari, A. A. (2021, November 25). *Cashback adalah Bentuk Promosi, Kenali Cara Kerja dan Kelebihannya - Hot Liputan6.com*. Diakses pada 3 November 2022 <https://www.liputan6.com/hot/read/5309358/cashback-adalah-bentuk-promosi-kenali-cara-kerja-dan-kelebihannya>
- Setyowati, D. (2021). *Shopee, Lazada, Tokopedia Beri Diskon hingga Rp 1,1 Juta pada 11.11*. Diakses pada 8 November 2022 <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/618bac55c5a7c/shopee-lazada-tokopedia-beri-diskon-hingga-rp-1-1-juta-pada-1111>
- Sharma, K. (2022). Cash-backs : Promotional Strategies and Income Tax Treatment. *Embracing Change In Business, Management & Social Sciences*, 114–117.
- Sims, L. (2018). *Building Your Own Online Store With WordPress and WooCommerce: Learn to Leverage the Critical Role E-commerce Plays in Todays Competitive Marketplace* (L. Corrigan, J. Markham, & N. Chen, Eds.). New York: Springer Science+Business Media New York.
- Snapcart. (2022). *Berlomba-lomba Perkuat Daya Saing lewat Fitur & Inovasi, Siapa E-Commerce yang paling Unggul?*. Diakses pada 8 November 2022 <https://snapcart.global/berlomba-lomba-perkuat-daya-saing-lewat-fitur-inovasi-siapa-e-commerce-yang-paling-unggul/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryadnari, Ed.; 3rd ed., Vol. 2). Bandung: CV Alfabeta.
- Sukarno, M. H., Nugroho, L., & Iskandar, D. (2022). Kajian Optimalisasi Penerimaan Pajak Terhadap Perkembangan Transaksi E-Commerce Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Economina*, 1(4), 945–957. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.208>

- Supriadi, I. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Sumarni, M., & Wahyuni, S. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis* (O. H. Sudiyarto, Ed.; 1st ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- UU No.7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Perpajakan. Presiden Republik Indonesia. Presiden Republik Indonesia.
- UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Presiden Republik Indonesia.
- Vana, P., Lambrecht, A., & Bertini, M. (2018). Cashback Is Cash Forward: Delaying a Discount to Entice Future Spending. *Journal of Marketing Research*, 55(6), 852–868. <https://doi.org/10.1177/0022243718811853>
- Yerikho, G., & Wijaya, S. (2021). Treatment of Cashback in Income Tax. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.074>

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Surat Pernyataan kepada DJP

### **SURAT PERNYATAAN BERSEDIA MENYERAHKAN HASIL RISET KEPADA DIREKTORAT JENDERAL PAJAK**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ester Febriana Purba  
NIM/NPWP : 1901036021  
Jurusan dan Fakultas : Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis  
Perguruan : Universitas Mulawarman  
Tinggi/Badan/Lembaga\* :  
Rencana Judul Riset : Persepsi Petugas Pajak terhadap  
Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi  
Cashback dalam Meningkatkan Penerimaan  
Pajak

menyatakan dengan sungguh-sungguh atas kehendak sendiri, bahwa saya bersedia menyerahkan hasil riset kepada Direktorat Jenderal Pajak dalam jangka waktu sesuai dengan ketentuan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun untuk dipergunakan sebagai persyaratan permohonan izin riset di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak. Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia untuk dikenakan sanksi penghentian layanan pemberian izin riset.

*Balikpapan, 13 Juni 2023*

Yang membuat pernyataan,



*Ester Febriana Purba  
1901036021*

## Lampiran 2. Surat Persetujuan Izin Riset dari DJP



### e-Riset : Persetujuan Izin Riset

1 pesan

**Eriset Direktorat Jenderal Pajak** <riset@pajak.go.id>  
Balas ke: riset@pajak.go.id  
Kepada: esterfebriana21@gmail.com

Sen, 19 Jun 2023 pukul 16.59



### KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

#### KANWIL DJP KALIMANTAN TIMUR DAN UTARA

JALAN RUHUI RAHAYU NO. 1 RING ROAD, GUNUNG BAHAGIA, BALIKPAPAN 76114  
TELEPON 0542-8860721, 0542-8860723; FAKSIMILE 0542-8860722; SITUS [www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id)  
LAYANAN INFORMASI DAN PENGADUAN KRING PAJAK (021) 1500200;  
EMAIL [pengaduan@pajak.go.id](mailto:pengaduan@pajak.go.id), [informasi@pajak.go.id](mailto:informasi@pajak.go.id)

Nomor : S-36/RISET/WPJ.14/2023      Balikpapan , 19 Juni 2023  
Sifat : Biasa  
Hal : Persetujuan Izin Riset

Yth **Ester Febriana Purba**

Jalan Berlian 1 Rt 31 No.9 Blok C Perum Perusda, Sepinggan, Balikpapan

Sehubungan dengan permohonan izin riset yang Saudara ajukan dengan Nomor Layanan: **01640-2023** pada **13 Juni 2023**, dengan informasi:

NIM : 1901036021  
Kategori riset : GELAR-S1  
Jurusan : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Mulawarman  
Judul Riset : Perspektif Petugas Pajak Terhadap Kemungkinan Pemajakan Atas Transaksi Cashback Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak  
Izin yang diminta : Wawancara,

Berdasarkan hasil verifikasi berkas permohonan dan kesediaan unit kerja di Lokasi Riset, dengan ini Saudara diberikan izin untuk melaksanakan Riset pada **Kanwil Djp Kalimantan Timur Dan Utara**, sepanjang data dan/atau informasi yang didapat digunakan untuk keperluan Riset dan tidak melanggar ketentuan Pasal 34 Undang-Undang KUP dan informasi publik yang dikecualikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Beberapa hal yang perlu Saudara perhatikan:

- 1) Masa berlaku Surat Izin Riset ini adalah: **19 Juni 2023 s/d 18 Desember 2023**;
  - 2) Izin Riset dapat diperpanjang paling banyak 3 (tiga) kali, masing-masing berlaku selama 6 (enam) bulan;
  - 3) Perpanjangan diajukan sebelum sebelum berakhirnya masa berlaku izin Riset;
  - 4) Setelah melaksanakan Riset, Saudara diwajibkan mengirimkan Hasil Riset melalui email ke [riset@pajak.go.id](mailto:riset@pajak.go.id);
  - 5) Apabila periset tidak mengirimkan hasil riset, maka DJP dapat menghentikan layanan pemberian izin riset kepada periset.
- Demikian, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

a.n. Kepala Kanwil  
Kepala Bidang Penyuluhan Pelayanan dan Hubungan Masyarakat

Ttd.

Budi Anshary Nasution



Terima kasih atas perhatian Saudara dengan telah memilih tema perpajakan sebagai tema riset. Semoga hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran perpajakan masyarakat Indonesia di masa mendatang.

### Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Pedoman Wawancara

#### 6. Daftar Pertanyaan Pedoman Wawancara untuk **Petugas Pajak**

A. Untuk menyamakan pemikiran terkait proses bisnis yang menghasilkan *cashback*.

1. Menurut pendapat informan, bagaimana proses bisnis yang menghasilkan *cashback*?

B. Untuk mengonfirmasi terkait keselarasan objek masalah (*cashback*) dengan teori penghasilan menurut pasal 4 ayat 1 UU No.7 Tahun 2021.

1. Bagaimana tanggapan/ penjelasan dari informan mengenai *cashback* sebagai penghasilan menurut pasal 4 ayat 1 Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Pajak Penghasilan (PPh) ?

2. Apakah *cashback* dapat ditetapkan sebagai objek pajak? Bagaimana tanggapan informan?

3. Menurut informan, kapan saat pengakuan *cashback* sebagai suatu penghasilan? (opsional)

4. Pihak penjual biasanya memberikan *cashback* ke dalam bentuk uang virtual, poin, *voucher* dan bahkan bisa dalam bentuk barang. Dari berbagai macam bentuk dan jenis pengembalian tersebut, penghasilan mana yang sepatutnya dikenakan pajak?

5. Apakah ada peraturan yang tepat terkait pemajakan transaksi *cashback* tersebut?

6. Apakah *cashback* yang diterima di luar wilayah Indonesia dapat diakui sebagai penghasilan?

- C. Untuk mengonfirmasi konsep mekanisme jika konsumen/pengguna atau perusahaan melaksanakan kewajiban perpajakannya.
1. Menurut informan, bagaimana tarif perhitungan yang sekiranya cocok untuk penerima *cashback*? (apakah tetap atau progresif)
  2. Menurut informan, apakah jenis PPh yang cocok untuk penerima *cashback*? (apakah Final atau Non Final)
  3. Menurut informan, siapakah pihak yang melakukan kewajiban pembayaran pajak ke petugas pajak atas transaksi *cashback*? Apakah pihak perusahaan atau konsumen/pengguna?
  4. Menurut informan, siapakah pihak yang melakukan kewajiban pelaporan pajak atas transaksi *cashback*?
  5. Menurut informan, bagaimana sebaiknya konsumen melaksanakan kewajiban perpajakannya? Bagaimana konsep pengisiannya?
  6. Terkait perlakuan pemajakan *cashback*. Apakah menurut informan ada denda/sanksi jika tidak melakukan kewajiban perpajakannya? Apakah sanksi/denda yang tepat?
2. Daftar Pertanyaan untuk Informan **Pengguna Platform E-commerce** yang Pernah Melakukan Transaksi Menggunakan *Cashback*.
1. Menurut informan, bagaimana proses bisnis yang menghasilkan *cashback*?
  2. *Cashback* yang pernah anda dapatkan, biasanya anda gunakan kembali atau tidak? Jika ya, anda gunakan untuk apa?

3. Saya telah mewawancarai petugas pajak mengenai kemungkinan pemajakan *cashback* karena dianggap bisa dikatakan sebagai sebuah penghasilan. Hasil dari wawancara saya dengan beliau mengatakan [...]. Bagaimana tanggapan anda mengenai hal tersebut?
4. Apakah pernah melakukan pencatatan atas *cashback* yang diterima?
5. Menurut informan, kapan saat pengakuan *cashback* sebagai suatu penghasilan?
6. Menurut informan, lebih baik pengguna yang menerima *cashback* menghitung, membayar dan melaporkan pajak penghasilan atas *cashback* yang diterima agar lebih transparan atau langsung dari *platform e-commerce* yang melakukannya?
7. Apakah dengan informasi yang saya beritahu kepada anda, bahwa *cashback* sebenarnya adalah objek pajak, menjadi mengurangi rasa keinginan untuk menggunakan *voucher cashback* atau tidak.  
Apakah mengurangi rasa keinginan anda untuk berbelanja di *e-commerce*? Atau tidak?
8. Apakah ada saran dan masukan dari anda selaku pengguna *e-commerce* terkait fenomena kemungkinan pemajakan atas *cashback* ini?



#### Lampiran 4. Transkrip Hasil Wawancara

No. Wawancara	:	1
Informan	:	Agus Sugianto (AS) / Penyuluh Pajak Ahli Muda
Penanya	:	Ester Febriana (EF)
Tipe Wawancara	:	Semi Terstruktur
Hari/ Tanggal	:	Rabu, 6 September 2023
Waktu	:	09.05 WITA
Lokasi	:	Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Kalimantan Timur dan Utara

Inisial	Transkrip	Ide pokok	
EF	:	Menurut pendapat Bapak Agus, bagaimana proses bisnis yang menghasilkan <i>cashback</i> ?	
AS	:	<p>“Kalau dalam proses bisnis ya, perdagangan kan sebenarnya ada beberapa ya mba ya, orang belanja barang atau belanja sesuatu, dibayar dengan sesuai harga yang tertera dengan nilai transaksi tersebut, dia akan mendapatkan <i>cashback</i>. Itu bisa berupa poin atau berupa uang nominal lah, uang dalam bentuk elektronik.”</p>	Proses Bisnis yang Menghasilkan <i>Cashback</i>
EF	:	Bagaimana tanggapan/ penjelasan dari Bapak Agus mengenai <i>cashback</i> sebagai penghasilan menurut pasal 4 ayat 1 Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Pajak Penghasilan (PPh) ?	<i>Cashback</i> sebagai Penghasilan
AS	:	<p>“<i>Cashback</i> ya, soalnya kan dalam hal ini ada 2 mba ya, ada kalau kita beli barang atau beli sesuatu itu bisa berupa <i>cashback</i> atau berupa hadiah. Sebelum masuk ke situ ya, hadiah ini kan dia diberikan bagi konsumen akhir baik itu yang melalui undian maupun nda undian. Jadi kayak beli 1 gratis 1 nah kalau itu dia bukan merupakan penghasilan bagi yang menerima.”</p> <p>“Nah kita bicara yang kalau dia beli dapat <i>cashback</i> yang berupa uang nominal ya, karena itu beda banget antara bonus, diskon sama <i>cashback</i> beda ya. Kalau <i>cashback</i> disini berarti adalah dianggap masuk ke dalam kategori penghasilan. Selagi, nah ini, selagi nilai harganya tersebut tidak berkurang. Maksudnya, harga barangnya misalkan adalah 1 juta, dia dapat <i>cashback</i>. Jadi bayarnya tetap 1 juta dapat <i>cashback</i> 100 ribu, jadi dia dapat penghasilan. Nilai barang yang dibeli tetap 1 juta, tapi dia dapat penghasilan. Berarti <i>cashback</i> itu dianggap sebagai penghasilan senilai 100 ribu. Kalau didiskon beda ya, kalau didiskon itu 1 juta dapat dipotong 100 ribu jadi 900 ribu, jadi nilai barangnya menjadi 900 ribu. Kalau yang tadi kan nilai barangnya tetap, tapi dapat nilai timbal balik dari penghasilan dari situ. Makanya, dianggap sebagai bahwa itu adalah tambahan penghasilan.”</p>	Komponen 1 (Penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis)
EF	:	Berarti iya sebagai penghasilan?	
AS	:	“Iyaa, dianggap sebagai penghasilan sesuai tadi ini Pasal 4 ayat 1 Undang-undang Pajak Penghasilan”	Komponen 1 (Penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis)
EF	:	Apakah <i>cashback</i> dapat ditetapkan sebagai objek pajak? Bagaimana tanggapan bapak Agus?	

AS	:	“Ya, kalau dari tambahan penghasilan ya dianggap sebagai tambahan penghasilan kan tadi dari nilai selisih. Dia membayar uang senilai 1 juta nilai barangnya 1 juta tapi dia dapat keuntungan dari pembelian itu menjadi dapat 100 ribu. Jadi karena itu dianggap tambahan penghasilan, tambahan kemampuan ekonomis kan bagi dia, siapa tau dia mau membeli barang lagi yang lain kayak gitu.. yang dipakai adalah uang <i>cashback</i> nya tersebut, nah kalo itu termasuk tambahan penghasilan dan merupakan objek pajak.”	Komponen 1 (Penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis)
EF	:	Menurut Bapak Agus, kapan saat pengakuan <i>cashback</i> sebagai suatu penghasilan?	
AS	:	“Kalau kapan dianggap sebagai penghasilan pada saat menerima <i>cashback</i> ya. Cuman kan kita liat dulu nih, <i>cashback</i> itu ada yang kan macam-macam ya mba ya proses bisnisnya, ada yang pakai jeda waktu, maksudnya itu ada waktu kedaluwarsa dari <i>cashback</i> tersebut kan ada ya, misalkan dari toko online yang menyediakan <i>cashback</i> berlaku dari bulan sekian sampai bulan sekian. Nah, ada juga yang emang sepanjang waktu kan gitu ya”	“Kapan” Komponen 2 (Yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak)
EF	:	Hmm.. <i>unlimited</i>	
AS	:	“ <i>Unlimited</i> kan gitu, tapi kalo menurut secara aturan sih ya, dia kapan pada saat menerima <i>cashback</i> tersebut dianggap sebagai penghasilan.”	
EF	:	Pihak penjual biasanya memberikan <i>cashback</i> ke dalam bentuk uang virtual, poin, <i>voucher</i> dan bahkan bisa dalam bentuk barang. Dari berbagai macam bentuk dan jenis pengembalian tersebut, penghasilan mana yang sepatutnya dikenakan pajak?	
AS	:	“Yang tadi kan berarti <i>cashback</i> itu ada berupa uang virtual, poin, atau <i>voucher</i> ya atau juga barang. <i>Voucher</i> itu sama seperti <i>cashback</i> , jadi dia berupa uang virtual gitu kan karena kan sebagai tambahan penghasilan ya. Kalau poin ini masih apa ya karena harus mengumpulkan gitu ya, karena kecil gitu bisa juga dianggap sebagai penghasilan.. Tapi biasanya kalau poin ini, poin angka itu ada masa berlakunya, kalau itu bukan dianggap sebagai penghasilan ya karena jarang orang menggunakannya.  Kalau dalam bentuk barang, nah ini, dalam bentuk barang itu dia belanja dengan itu bukan merupakan penghasilan, itu ada di undang-undang di pasal saya lupa pasalnya di Pasal 4, yang menyatakan bahwa pemotongan tidak berlaku untuk hadiah langsung dalam penjualan barang atau jasa sepanjang diberikan kepada semua pembeli. Jadi kalau yang berupa barang dia bukan merupakan penghasilan. Kayak kita beli satu gratis satu, karena satu kesatuan penjualan dan siapa saja bisa memperoleh barang tersebut kepada konsumen akhir, bukan melalui proses undian gitu kan, itu bukan dianggap sebagai penghasilan kalau dia berupa barang tadi. Tapi kalau berupa uang virtual, <i>voucher</i> , itu dianggap sebagai penghasilan.	-Komponen 5 (Dengan nama dan dalam bentuk apapun.)
EF	:	Apakah ada peraturan yang tepat terkait pemajakan transaksi <i>cashback</i> tersebut?	
AS	:	“Untuk saat ini sih belum ada ya, Mbak. Belum ada aturan khusus yang terkait sama <i>cashback</i> . Kita bicarain aturan khusus ya. Kalau aturan khusus tidak ada, tapi masih menggunakan aturan pada	Peraturan yang tepat saat ini terkait pemajakan

		umumnya, yang sedikit mengatur itu ada yang namanya di PMK 66 tahun 2023. Nah di situ menyatakan bahwa sebenarnya adalah sifatnya kayak natura, memberikan kenikmatan jadi <i>cashback</i> ini kalau berupa uang mungkin berupa jadi memberikan natura atau penghasilan, jadi bagi perusahaan dia bisa sebagai biaya, dan bagi yang menerima dia dianggap sebagai penghasilan.”	transaksi <i>cashback</i> .
EF	:	Apakah <i>cashback</i> yang diterima di luar wilayah Indonesia dapat diakui sebagai penghasilan?	
AS	:	“jadi yang menerima penghasilannya adalah menerima <i>cashback</i> -nya adalah pihak dari luar negeri ya? di luar wilayah Indonesia kan ya?	
EF	:	Mungkin bisa 2..	
AS	:	Misalkan orang Malaysia dia belanja dengan produk yang ada di Indonesia dapat <i>cashback</i> kan gitu ya, ceritanya gitu	
EF	:	Bisa juga orang Indonesia belanja dari luar dapat <i>cashback</i> .	
AS	:	Nah, Kita bicara masalah orang Indonesia dulu ya, belanja yang di luar negeri dapat <i>cashback</i> , kalau itu masih dianggap sebagai penghasilan, sama-sama dianggap penghasilan sih mbak sebenarnya. Kalau di Indonesia menganggapnya bahwa dia mendapat penghasilan dari luar negeri nah itu dianggap sebagai penghasilan. Nanti akan dihitung di dalam perpajakan di dalam negeri kan gitu, karena belum ada diatur nih siapa yang memotongnya kan gitu ya.. begitu juga sama halnya orang yang luar negeri, belanja di Indonesia dia dapat <i>cashback</i> kan begitu, itu nanti dianggap sebagai penghasilan di negaranya dia dan bayar pajaknya di negaranya dia kan gitu.	Komponen 3 (Baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia)
EF	:	Menurut bapak Agus, bagaimana tarif perhitungan yang sekiranya cocok untuk penerima <i>cashback</i> ?	
AS	:	Karena gini mbak ya, karena itukan nilainya kecil ya, maksudnya kadang-kadang kalau <i>cashback</i> itu ada yang kalau transaksinya besar sih ya besar ya. Cuman kalau yang hasilnya kecil kan dia kecil-kecil, sedikit-sedikit, dibatasin. Nah, atas <i>cashback</i> tersebut kalau di perpajakan menganut sistem <i>self-assessment</i> ya, jadi daripada misalnya terlalu besar, lebih saat ini sih senyamannya dianggap seperti proses progresif tadi kan gitu. Misalkan, saya dapat gaji berapa kan ditambahkan disitu, ada namanya penghasilan yang belum dikenakan pajak, dimasukkan disitu penghasilan lainnya, masuknya disitu.  Ya, ngarepnya sih kedepannya mbak ya, kalau saya pribadi ya, ngomongin secara pribadi, kalau memang <i>cashback</i> itu sama seperti pada saat kita kayak bunga bank gitu, sama jadi sifatnya final gitu kan ya. Jadi nanti bagi yang menerima, udah tidak perlu memperhitungkan lagi kan gitu, jadi tinggal dilaporkan saja. Ini kalau dari saya pribadi ya, karena kalau misalkan mau ngikutin tarif secara umum atau mekanisme pemotongan atau pemungutan, itu biaya administrasinya terlalu besar. Tapi kalau dengan kayak kita nabung kan PPhnya bersifat final ya, jadi ya berapa kita dapat langsung dipotong jadi bagi yang menerima juga tidak menjadi beban administrasi, cuma tinggal melaporkan saja.	-Perhitungan pajak atas transaksi <i>cashback</i>  -“Saran” dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i>
EF	:	Menurut bapak Agus, siapakah pihak yang melakukan kewajiban pembayaran pajak ke petugas pajak atas transaksi <i>cashback</i> ? Apakah pihak perusahaan atau konsumen/pengguna?	-
AS	:	Kalau secara saat ini, saya ngomongin saat ini dulu ya, kalau saat ini beban administrasi untuk membayar pajak atau menanggung	-Pemotongan pajak atas

	<p>pajaknya adalah, sebenarnya sama-sama konsumen akhir ya si penerima <i>cashback</i> lah. Jadi, si penerima <i>cashback</i> itu dia menambah penghasilan dan merupakan objek pajak, jadi dia harus menanggung pajak kan. Ya misalnya si pembeli lah yang dapat <i>cashback</i>, jadi siapa yang dapat <i>cashback</i>, dia sebagai penanggung pajaknya.</p> <p>Nah kemudian kita berbicara masalah siapa sih yang mengadministrasikannya kan gitu ya, kan di pajak itu apakah dia harusnya nyetor pajaknya sendiri nih, ngitung pajaknya sendiri atas berapa <i>cashback</i> yang dia dapat kan itu bisa, itukan yang saat ini, kan gitu.</p> <p>Misalkan lewat mekanisme tadi misalkan diatur bersifat final, baik itu 0,01 atau berapa tarifnya rendah. Jadi memang kalau kayak gitu, pengadministrasiannya adalah si perusahaan yang memberikan <i>cashback</i>.</p> <p>Untuk saat ini sih ya, karna aturannya belum berlaku ya menggunakan yang tadi ini gitu kan ya, jadi secara adil orang yang terima <i>cashback</i> kan dihitung apakah kemampuannya ekonominya apakah penghasilannya diatas PTKP atau tidak, kan gitu. <b>Jadi dihitung beban administrasinya oleh si konsumen akhir atau yang menerima <i>cashback</i>.</b></p>	<p>transaksi <i>cashback</i>.</p> <p>-Perhitungan pajak atas transaksi <i>cashback</i>. "Subjek yang berkewajiban"</p>
EF	: "Kalo saya kan pakai teorinya teori asas daya beli, semua yang bisa mendapatkan <i>cashback</i> itu saat ini kan bisa semua umur. Jadi ngga yang sudah kerja ataupun belum kerja bisa. Jadi tadi dari yang disampaikan bapak, itu bisanya hanya untuk yang progresif gitu yang PTKP dan udah kerja. Jadi kalau untuk kayak orang-orang yang belum bekerja itu gimana pak?"	
AS	: "Nah, gini, kita berfikirnya kan adalah sistem keadilan ya, kalau ini kan tadi teori daya beli ya <b>kalau di perpajakan ada namanya asas keadilan. Asas keadilan itu adalah orang yang punya kemampuan lebih ada batasan penghasilan yang tidak kena pajak. Kalau semua dipajakin kan kasihan juga mbak ya.</b> <p>Jadi anak kecil belanja barang, dapat <i>cashback</i>, dipajakin kan gitu kan. Kalau secara umum diperpajakan, orang yang punya batasan penghasilan tertentu aja yang baru tidak dikenakan pajak, setelah dari itu baru dikenakan pajak. Jadi kalau misalnya orang penghasilan contoh ngikutin UMR aja lah ya, UMR di Balikpapan kan 3 jutaan lah ya contohnya, kemudian misalkan dia dapat atau nda dapat, langsung, kalau mau bicara masalah yang menanggung pajaknya yang melakukan administrasi perpajakan.</p> <p>Tapi kalau dia penghasilannya masih belum dapat <i>cashback</i>, kemudian penghasilannya masih dibawah PTKP kan berarti tidak ada beban perpajakan yang harus dia bayar kan, cukup dilaporkan saja di dalam SPT Tahunan.</p> <p>Tapi kalau misalkan tadi, kalau yang sifatnya final, anak kecil semua belanja kan langsung dipotong pajak kan begitu.</p>	<p>"Kendala"</p> <p>-Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i></p>

		<p>jadi teorinya memang sih kadang-kadang orang berfikir kalau teori daya beli ‘Oh, ini dapat <i>cashback</i>’ oke dari sisi ini jangan sampai nanti ketahuan dalam hal perpajakannya “Wah, ternyata saya beli harus menanggung pajak gitu kan” saya dapat <i>cashback</i> ternyata saya menanggung pajak gitu jangan sampai kan gitu ya. Karena gini, ternyata saya dapat <i>cashback</i> Rp100.000 dan hanya boleh belikan produk dan bukan untuk konsumsi kan tapi dibelikan produk di <i>e-commerce</i> tertentu kan. Tapi saya ternyata pada saat mau lapor SPT Tahunan harus menanggung pajaknya.</p> <p>Jadi, lebih baik dihitung dulu kalau ada kemampuan ekonomisnya. Jadi kembali ke, sama aja ya kemampuan dari sisi asas keadilan berdasarkan kemampuan ekonomis seseorang, kan ya. Semakin tinggi kemampuan ekonomisnya mungkin kalau bicara masalah pajak sih ga ada masalah kalau memang itu, <i>cashback</i> itu dikenakan bagi mereka.</p> <p>Tapi kalau dari sisi yang penghasilannya masih di bawah PTKP, kan sayang gitu. Jangan sampe orang beli <i>cashback</i> ternyata di belakang-belakang ditagih sama orang kantor pajak ternyata dia harus bayar pajak, kan jangan sampai gitu kan. Padahal <i>cashback</i> yang dibeli ini digunakan untuk harus membeli produk di aplikasi tersebut gitu kan, ga boleh itu, seperti itu sih, mbak. Kalau nda salah, <i>cashback</i> itu juga ada syarat dan ketentuan berlaku kalau dia bisa menggunakan <i>cashback</i> tersebut, ada juga yang semua produk bisa, ada juga yang produk-produk tertentu.</p> <p>Kalau saya sih asumsinya, ya memang dari sisi teori daya beli kan memang memancing kan ya tapi begitu dari sisi orang melihat ‘wah, ngga ah, nanti aku percuma aja dapat <i>cashback</i> nanti aku harus menanggung beban pajaknya juga. Mereka jangan sampai juga teori daya beli ini terganggu dengan adanya seperti itu, kan gitu.</p> <p>‘Ah, nda jadi beli aku, ah. Karena nanti kayaknya aku sudah pakai <i>cashback</i> ..</p>	
EF	:	Tapikan nanti dapat juga..?	
AS	;	<p>Tapikan juga banyak beban administrasi, “Ah, malas ah, nanti gini.. yakan gitu.”</p> <p>Jadi sedikit mempengaruhi walaupun tidak sebesar yang memang.. Ya, secara signifikan mempengaruhi tapi kalau beban administrasinya kan susah juga, jangan sampai seperti itu sih.</p> <p>Makanya, pemerintah saat ini belum mengatur jelas terkait sama <i>cashback</i>, karena seperti itu sih, mba. Dianggap sebagai tambahan yang sifatnya adalah progresif tadi, dianggap sebagai tambahan kemampuan ekonomis jadi penghasilan yang belum dipotong pajak. Jadi nanti dihitungnya pada saat tadi, kalau di undang-undang PPh kan di pasal 17 ya.. Ditambahkan disitu, baru ya dikurangi PTKP kemudian nanti berapa pajak yang telah dipotong, nah selisihnya itu baru nanti diperhitungkannya di SPT Tahunan gitu, seperti itu sih mbak.</p>	-Perhitungan pajak atas transaksi <i>cashback</i>
EF	:	Menurut bapak Agus, bagaimana sebaiknya konsumen melaksanakan kewajiban perpajakannya? Bagaimana konsep pengisiannya?	
AS	:	<p>“Ya, Kalau dari sisi pelaksanaan kewajiban perpajakannya bagi wajib pajak misalnya bagi konsumen yang memang dapat <i>cashback</i>, dilakukan pencatatan. Pencatatan berapa sih dalam periode 1 tahun berapa <i>cashback</i> yang telah ia dapat. Nah nanti dimasukkan di dalam SPT Tahunan ada lampiran penghasilan yang belum dikenakan pajak, ya dimasukin disitu. Penghasilan yang di lampiran 1 kalau</p>	-Pemotongan pajak atas transaksi <i>cashback</i>

		tidak salah, saya lupa.. Penghasilan yang belum dikenakan pajak dimasukkan disitu, nanti diperhitungkan pada saat di SPT Tahunannya.	-Pelaporan pajak atas transaksi <i>cashback</i>
EF	:	Terkait perlakuan pemajakan <i>cashback</i> . Apakah menurut informan ada denda/sanksi jika tidak melakukan kewajiban perpajakannya? Apakah sanksi/denda yang tepat?	
AS	:	<p>“Nah, ini kembali lagi ya mba ya terkait sama kewajiban perpajakan <i>cashback</i> ini saat ini ya, karena kewajiban perpajakan <i>cashback</i> itu kan tadi dianggap sebagai tambahan penghasilan, kemudian di SPT Tahunan itu ada “SPT Tahunan harus diisi dengan benar, lengkap dan jelas dan dasarnya adalah sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.” Nah, berarti dari sisi Wajib Pajak ada penghasilan nih yang belum dilaporkan dari Wajib Pajak apa itu? Yaitu adalah <i>cashback</i> tadi kan dia dapat berapa <i>cashback</i> setahun, dan dia tidak dilaporkan di SPT Tahunan. Nah, kalau dia tidak melaporkan dalam SPT Tahunan, pertama, berarti itu SPT Tahunannya tidak benar, lengkap dan jelas. Nah, kalau memang pada saat dia mau melengkapi kan berarti dia nanti akan dikenakan namanya.. ini kalau dia sudah melaporkan SPT Tahunan, ya mba ya. Kalau memang diketahui ada datanya ya dikenakan sanksi bunga namanya. Sanksi bunga itu sebesar berapa dia di waktu pembayaran sampai tanggal diterbitkan sanksinya itu. Suku Bunga Acuan berdasarkan PMK peraturan menteri keuangan yang berlaku ada itu PMK Bunga Acuan dikalikan dengan berapa nominal yang kurang bayarnya, bukan berdasarkan <i>cashback</i>-nya loh mba ya, bukan, tapi berapa pajak yang kurang bayarnya.”</p> <p>Contoh misalkan gini, mba Ester misalkan penghasilan dalam 1 tahun perbulannya 5 juta, berarti pertahunnya 60 juta kan ya? 60 juta dikurangi PTKP segalanya kemudian contoh misalkan bayar pajaknya adalah dihitung 50 ribu lah setahun, ternyata ada penghasilan diluar dari penghasilannya mba Ester ini dengan <i>cashback</i> tadi totalnya misalkan 1 juta gitu. 1 juta ini bukan langsung dikalikan dengan tadi 0 koma berapa sesuai dengan suku bunga. Ditambahkan dulu kedalam penghasilannya, dihitung ulang gitu. Tadikan pajaknya berapa? 50 ribu kan? Dihitung ulang, “ohh, ternyata pajaknya menjadi 55 ribu.” Berarti kan 5 ribunya ini dianggap sebagai kurang bayarnya, nah, jadi 0 koma itu dikalikan 5 ribunya, dikalikan berapa bulan.</p> <p>Contoh misalkan, bunga pada saat itu 0,9 atau 1% aja, berarti <math>1\% \times 5.000 \times</math> berapa bulan, kalau untuk mekanisme sanksinya yang berlaku saat ini sih seperti itu, kan gitu.</p>	-Sanksi atau Denda Administrasi
EF	:	Menurut Bapak Agus, misalnya kan kayak mungkin ngga sih bisa diterapin kalau misalnya kayak di aplikasi <i>e-commerce</i> -nya itu, kan nerima, baru dipotong gitu berapa persen?	
AS	:	“Sebenarnya, bisa mba ya”	
EF	:	Bisa?	
AS	:	Bisa. Contoh, soalnya gini, ini kita bicara masalah <i>cashback</i> beberapa tahun yang lalu ya mba, waktu awal-awal <i>e-commerce</i> berlaku di Indonesia. Transaksi <i>e-commerce</i> di Indonesia itu kan dia karena belum diatur itu kayak bebas aja, kayak belanja di warung biasa gitu kan ya. Nah, ternyata ini disini ada potensi perpajakan, bahasanya kayak gitu. Apa saja itu? Pastinya PPN kan gitu, nanti dari PPN ini siapa yang buat faktur pajaknya? Apakah pedagangnya atau perusahaan <i>e-commerce</i> -nya kan gitu, diatur disitu ternyata	

		<p>perusahaan <i>e-commerce</i>-nya yang harus menjadi PKP dan dia harus menerbitkan faktur pajak.</p> <p>Yang kedua, terkait si pedagangnya harus punya NPWP kan gitu ya, kalau dulu pedagang punya NPWP atau tidak punya NPWP bisa berdagang disitu. Kalau sekarang, akhirnya diatur tuh yang berdagang di <i>e-commerce</i> harus punya NPWP. Kalau sudah punya NPWP, tinggal menginputkan saja didalam data profilnya pedagang. Kalau yang belum, itu bisa dibantu sama perusahaan <i>e-commerce</i>-nya untuk membuat NPWP. Nah, hal seperti itu kan sebenarnya tadinya belum diatur, akhirnya diatur dan bisa berjalan sampai dengan saat ini. Nah, kalau terkait sama <i>cashback</i> ini ada potensi bisa berlaku seperti itu, jadi kalau memang perusahaan sebagai pemotong atas <i>cashback</i> tersebut “<i>cashback</i> 100 ribu” ternyata dianggap sebagai penghasilan kan gitu, nanti akan dipotong sekian itu kan sebenarnya bisa. Nanti bagi perusahaan <i>e-commerce</i>-nya sebagai pemotong PPhnya.</p> <p>Kemarin kita lihat dari <i>story cashback</i> yang tahun-tahun dulu memang agak beban awal misalkan belum ada diatur terkait sama PPN, faktur pajak, dan akhirnya bisa diatur. Kemudian diatur juga terkait dalam perusahaan, perusahaannya harus memiliki NPWP gitu, itu diatur semua disitu.</p>	<p>-“Saran” jika menerapkan <i>withholding tax</i></p> <p>-Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i></p>
EF	:	“Ini perusahaan lapor juga?”	
AS	:	<p>Perusahaan lapor, jadi perusahaan nanti ini dia atas transaksi PPN-nya dia yang mengadministrasikan dan dia yang melaporkan atas administrasi di tempatnya dia, yang diperdagangkan di dia, walaupun misalkan yang menaruh barang disitu bukan PKP tapi karena belanjanya lewat dia, maka dia harus ada totalannya disitu jadi barang tersebut sudah sama PPN-nya bagi barang-barang atau jasa yang sudah kena pajak.</p> <p>Nah, <i>cashback</i> ini ya tadi kan dianggap sebagai tambahan penghasilan kan gitu, kalau memang mau diatur ya sebagai tambahan penghasilan bagi yang menerima kan gitu jadi sebelum pada saat perusahaan mau ngasih <i>cashback</i> kan aturannya belum ada ya? Kalau misalkan nanti berlaku Final seperti bunga bank gitu kan, nanti perusahaan <i>e-commerce</i>-nya ini bisa dia melakukan pemotongan atas PPh-nya kan gitu.</p> <p>Atau misalnya, “udah pakai tarif umum aja, misalkan dianggap sebagai bonus” gitu kan ya, berapa diperoleh dikali 50% dikali tarif, bisa juga seperti itu. Tinggal nanti aturan untuk memungutnya dibuat gitu kan ya. Karena kita tidak bisa, perusahaan itu nda akan bisa memungut kalau nda ada hukumnya dulu, jadi adain hukumnya dulu. Di pajak juga gitu kan mba, di pajak itu kan kita boleh memungut, menagih itu kan harus ada aturan hukumnya dulu kan ya, kalau tidak ada aturan hukumnya kan dianggap pungli, pemalakan gitu kan ya. Jadi harus ada dasar hukumnya dulu, kalau tidak ada dasar hukumnya nda akan bisa berjalan gitu.</p>	<p>-“Saran” jika menerapkan <i>withholding tax</i></p> <p>- Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i></p>
EF	:	Menurut bapak Agus, sampai sekarang apa sih strugglennya peraturan itu belum bisa, padahal udah lama banget fenomenanya?	
AS	:	<p>Karena gini, kalau <i>cashback</i> itu masih proses pengadministrasiannya. Ini memang banyak kan gitu ya, masih dalam studi ini adil ngga sih? Maksudnya, ini kita kalau mau pakai tarif progresif gimana? Mau tarif PPh final bagaimana? atau langsung biar tidak ada beban administrasi lagi, mau pakai final atau progresif. Ya ini, kalau asas keadilannya, pakai progresif yang saat</p>	<p>“Kendala” mengapa sampai saat ini belum ada peraturan</p>

		ini berlaku. Namun, sengaja diatur biar nanti masuknya di progresif biar nanti ada asas keadilan bagi yang kecil-kecil ini, bagi yang si konsumen yang memiliki penghasilan masih dibawah PTKP. Soalnya disini, kalau semua nanti dikenakan pajak, nanti khawatirnya isu terkait apa-apa dipajakin, itukan jadi permasalahan. Jadi ini mempertimbangkan sehingga aturan terkait sama <i>e-commerce</i> itu belum dibuat khusus untuk <i>cashback</i> -nya.	-Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i>
EF	:	“Kalau misalnya bapak sebagai konsumen, bapak mau misalnya <i>cashback</i> yang bapak dapat itu dipajakin?” (pertanyaan sampingan)	
AS	:	<p>Pastinya kan dipajakin ya, pastinya kena pajak ya karena objek pajak kan, cuman dari sisi mekanismenya..</p> <p>Kalau saya sih gini, kalau saya kan penghasilannya diatas PTKP ya, kalau diatas PTKP itu ngarep “udahlah final aja lah gitu, biar selesai”. Tapi kan, kalau disisi orang dibawah PTKP itu pinginnya yang progresif biar nda dikenakan pajak.</p> <p>Saya tinggal ngelaporin aja nih, nda perlu lagi dihitung-hitung lagi kan gitu, cuman dari sisi yang masih dibawah PTKP pasti akan “nda adil dong, masa saya belanja penghasilannya dibawah PTKP, kena pajak, harusnya kan ngikut progresif.” kan gitu. Kalau saya secara pribadi karena penghasilan saya diatas PTKP “udahlah final aja lah, saya nda perlu mikir hitung-hitung lagi, tinggal saya catet aja berapa ditahun itu saya dapat <i>cashback</i>nya dan dipotong pajaknya berapa jadi tinggal saya laporin.” kan gitu.</p>	



No. Wawancara	:	1
Informan	:	Doris (DR) / Konsumen atau Penerima <i>Cashback</i>
Penanya	:	Ester Febriana (EF)
Tipe Wawancara	:	Semi Terstruktur
Hari/ Tanggal	:	Rabu, 20 September 2023
Waktu	:	17.55 WITA
Lokasi	:	Kantor Artaboga secara tatap muka

Inisial	Transkrip	Ide pokok
EF	: Baik, pada hari ini, hari Rabu tanggal 20 September 2023 jam 17.55 saya Ester Febriana Purba ingin meneliti terkait perspektif terhadap kemungkinan pemajakan atas transaksi <i>cashback</i> dalam meningkatkan penerimaan pajak. Baik pada hari ini saya bersama ..	-
DK	: Doris, karyawan swasta.	-
EF	: Baik, pertama, saya ingin bertanya menurut mba Doris, bagaimana kah proses bisnis transaksi <i>cashback</i> ? Yang anda ketahui itu bagaimana sih cara dapat <i>cashback</i> itu, caranya, belanjanya gimana?	-
DK	: Oh, iya. Biasanya kalau kayak di <i>platform-platform online</i> itu biasanya saya belanja minimal berapa dan akan mendapat <i>cashback</i> berapa persen atau dengan batas tertentu, kayak gitu.	Proses bisnis yang menghasilkan <i>cashback</i>
EF	: Atas <i>cashback</i> yang pernah anda dapatkan biasanya anda gunakan kembali atau tidak? Jika ya, anda gunakan untuk apa?	-
DK	: Ya, saya gunakan kembali lah mba untuk pembelian selanjutnya.	Komponen 4 (Yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan)
EF	: Okee, nah jadi kan, saya kemarin sudah bertanya ke petugas pajak terkait kemungkinan pemajakan <i>cashback</i> karena dianggap bisa dikatakan sebagai sebuah penghasilan. Nah, dari wawancara saya dengan beliau, ia mengatakan bahwa “iya, bahwa <i>cashback</i> itu adalah sebuah penghasilan dan merupakan sebuah objek pajak.” Bagaimana tanggapan anda mengenai hal tersebut?	-
DK	: Ya, bingung juga saya sih, saya kan nda minta <i>cashback</i> ya, tapi dikasih <i>cashback</i> kayak gitu. Menurut saya itu bukan penghasilan, kalo penghasilan itu kalo kayak kita berusaha untuk bekerja mendapatkan sesuatu. Kalo <i>cashback</i> itukan kita mau beli, kebetulan aja ada <i>cashback</i> ya kita pakai lah, kayak gitu. Jadi kalau menurut saya, kalau dipajakin itu, agak aneh sih, mending nda usah dikasih <i>cashback</i> aja sekalian.	Komponen 1 (Penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis)
EF	: Jadi latar belakangnya kenapa disebut penghasilan itu karena didalam Undang-undang No.7 Tahun 2021 di Pasal 4 Ayat 1 itu dibilang yang dimaksud dengan penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak yang dapat digunakan untuk konsumsi kembali dalam bentuk dan wujud apapun, kayak gitu. Jadi menurut petugas pajaknya bahwa <i>cashback</i> itu dikatakan sebagai penghasilan.	-
DK	: Oh, gitu ya mba. Kenapa nggak langsung aja dipajakin gitu disitu langsung, jadi kayak gimana caranya kita untuk melaporkan pajak tersebut karena itu kan paling nilainya kecil kan ya mba <i>cashback</i>	-

		itu? dan kita tidak rutin mendapatkannya, hanya kalau misalnya kita ada berbelanja atau ada promo seperti itu.	
EF	:	Nah, berikutnya menanggapi hal itu, saya tanya juga kan kayak “saat ini ada nda sih peraturannya yang membahas tentang <i>cashback</i> itu?” gitukan. Baru ia bilang, sebenarnya <i>cashback</i> itu saat ini dilihat sebagai sebuah natura atau kenikmatan jadi bagi perusahaan itu dilihat sebagai biaya, dan bagi penerima karyawan itu sebagai penghasilan. Nah, terus cara bagaimana pemajakannya itu <i>cashback</i> itu dimasukkan di penghasilan lain di SPT Tahunan.	-
DK	:	Terus kalo kita lupa mba?	-
EF	:	Terus disaranin juga katanya dilakukan pencatatan dalam 1 periode atau 1 tahun itu, baru dimasukin di lampiran 1 di penghasilan lain di SPT Tahunan, gitu.	-
DK	:	Oh, iya terima kasih informasinya.	-
EF	:	Nah, terus kalau saat ini kan jadi yang dianjurkan itu dilaporinnya untuk karyawan yang sudah punya NPWP bisa lapor SPT Tahunan. Jadi kalau karyawannya ini masih dibawah PTKP itu tidak dikenakan pajak.	-
DK	:	PTKP itu apa mba?	-
EF	:	Penghasilan Tidak Kena Pajak.	-
DK	:	Oh, ya. Yang penghasilan dibawah 5 juta ya?	-
EF	:	Nah terus, tapi kalau dia diatas PTKP, ya ikut bayar disitu.	-
DK	:	Berapa persen itu mbak kira-kira?	-
EF	:	Jadi dia bukan persen gitu sih, kan dia dimasukin di penghasilan lain itu jadi ikut diperhitungkan sama gaji yang 1 tahun itu.	-
DK	:	Oh, gitu.	-
EF	:	Terus, bagaimana tanggapan anda terkait hal tersebut?	-
DK	:	Yah, saya bingung sih. Kalau misalnya kayak ibu rumah tangga seperti itu, berarti nda kena ya? Berarti yang kerja aja ya yang kena ya mba ya?	-
EF	:	Iya, saat ini sih kalau mau lapor.	-
DK	:	Oh, gitu. Saya merasa bingung sih, ehm.. karena pajak untuk itu tuh kan nilainya kecil ya ? <i>cashback</i> itu kan paling beberapa ribu aja, jadi kalau mau dipajakin ya bingung aja gitu, yaa tapi bisa aja sih dilakukan.	-
EF	:	Oke, menurut mba Doris kapan pengakuan <i>cashback</i> sebagai suatu penghasilan? Apakah saat diterima atau saat dipakai atau saat bagaimana?	-
DK	:	Ya, kalau karena tadi penjelasannya itu <i>cashback</i> itu merupakan suatu pendapatan ya berarti ketika kita mendapatkan <i>cashback</i> tersebut. Misalnya kayak saya membeli 100 ribu dapat <i>cashback</i> 5% itu 5 ribu gitukan. Nah, biasanya kita dapat <i>cashback</i> itu kayak misalnya di Lazada atau di Shopee dia itukan keluarnya dalam bentuk koin ya? Itu kan sesudah transaksinya selesai baru kita dapat <i>cashback</i> tersebut, gitu.	-“Kapan” -Komponen 2 (yang diterima atau diperoleh WP)
EF	:	Oke, menurut mba Doris, lebih baik pengguna yang menerima <i>cashback</i> menghitung, membayar dan melaporkan atas <i>cashback</i> yang diterima agar lebih transparan atau langsung dari <i>platform e-commerce</i> yang melakukannya? Dan mengapa?	-
DK	:	Ya, kalau menurut saya langsung dari <i>e-commerce</i> -nya aja lah. Soalnya, kalau kayak ngingat-ningingat kayak gitu itu agak ribet, apalagi kita ini bekerja kan saya aja kerja itu hamper 10-11 jam, jadi	-“Saran” jika menerapkan <i>withholding tax</i>

		saya nggak ingat lagi, apalagi saya punya anak, jadi nggak terlalu mengurus kayak gitu. Jadi, kalau bisa sih langsung aja.	- Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i>
EF	:	Oke, nah terus saya Tanya juga kan ke petugas pajaknya “mungkin nggak sih bisa kah dipotong langsung dari <i>e-commerce</i> -nya gitu?” baru dibilang, sebenarnya bisa, kalau misalnya dipotong langsung dari <i>e-commerce</i> -nya atau di aplikasinya terus ditetapin berpa persen gitu secara final itu bisa, cuman untuk saat ini belum ada peraturannya aja	-
DK	:	Oh, gitu. Oke mba.	-
EF	:	Oke, berikutnya, apakah dengan informasi yang saya beritahukan kepada anda bahwa <i>cashback</i> sebenarnya objek pajak menjadi mengurangi rasa keinginan anda untuk menggunakan <i>cashback</i> tersebut atau tidak?	-
DK	:	Nggak juga, sih. Karena, itu nilainya juga kecil seperti itu, jadi ya ndapapa sih sebenarnya.	-
EF	:	Ndapapa dipajakin?	-
DK	:	Ya, yaudah kalau memang seperti itu peraturannya.	-
EF	:	Apakah mengurangi rasa keinginan anda untuk berbelanja di <i>e-commerce</i> ?	-
DK	:	Kemungkinan sih ada, berarti lebih baik langsung dipotong didepan aja gitu, mungkin saya akan memilih seperti itu daripada <i>cashback</i> , potongan didepan atau diskon, bukan <i>cashback</i> .	- Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i>
EF	:	Ohh, oke. Apakah anda pernah melakukan pencatatan atas <i>cashback</i> yang diterima?	
DK	:	Belum pernah.	Bagian pencatatan. -Pemotongan atas transaksi <i>cashback</i> .
	:	Oke, berikutnya, ini yang terakhir. Apakah ada saran dan masukan dari anda selaku pengguna <i>e-commerce</i> terkait fenomena kemungkinan pemajakan atas <i>cashback</i> ini?	-
DK	:	Tidak ada. Atau gini aja, mending nggak usah ada <i>cashback</i> , mending dia dipotong didepan aja seperti diskon gitu atau promosi yang lain, daripada <i>cashback</i> karena kalau <i>cashback</i> itu tadi dipajakin ya? Mending langsung dipotong didepan aja gitu, jadi promosinya jelas kita nggak merasa tertipu atas <i>cashback</i> tersebut. Kayak tanggal kembar, kan dia ada diskon 50% minimal pembelian 200 ribu maksimal potongan diskon misalnya 5 ribu atau 10 ribu, kayak gitu aja sih mba.	-
EF	:	Baik.	

No. Wawancara	:	1
Informan	:	Elan Grandis (EG) / Konsumen atau Penerima <i>Cashback</i>
Penanya	:	Ester Febriana (EF)
Tipe Wawancara	:	Semi Terstruktur
Hari/ Tanggal	:	Rabu, 20 September 2023
Waktu	:	15.00 WITA
Lokasi	:	Zoom Meeting

Inisial	Transkrip	Ide pokok
EF	: Menurut saudara Elan, bagaimana proses bisnis transaksi <i>cashback</i> yang anda ketahui?	-
EG	: <i>Cashback</i> itu berarti.. secara definisi uang yang kembali gitu ya?	-
EF	: Iyaa.	-
EG	: Ini <i>cashback</i> -nya dari aplikasi atau ada spesifikasinya atau yang saya ketahui aja?	-
EF	: Iyaa, dari aplikasi <i>e-commerce</i> .	-
EG	: <i>e-commerce</i> .. berarti bebas aja ya? Yang penting pernah dipakai ya?	-
EF	: Iyaa.	-
EG	: Jadi, kalau yang saya tau sih proses bisnis yang menghasilkan <i>cashback</i> itu biasanya memang dimulai dari aplikasi <i>e-commerce</i> -nya dulu. Misalnya mereka mengadakan promo-promo untuk membeli produk gitu ya dan membayar memakai aplikasi <i>e-money</i> juga, baru kita dapat <i>cashback</i> kayak gitu.	Proses bisnis yang menghasilkan <i>cashback</i>
EF	: Atas <i>cashback</i> yang pernah anda dapatkan biasanya anda gunakan kembali atau tidak? Jika ya, anda gunakan untuk apa? Bisa anda tabung ajakah atau anda langsung pake, atau nda dipake.. bagaimana?	-
EG	: Kalau <i>cashback</i> sih selalu dipakai kembali, biasanya untuk menambah-nambahin uang yang kurang kalau misalkan buat beli sesuatu gitu, misal <i>cashback</i> itu ada yang peling sering itu di <i>Gopay</i> ya, di <i>Gopay</i> itu banyak banget <i>cashback</i> yang bisa didapetin. Jadi misalkan kita beli <i>Go-Food</i> bayarnya pakai <i>Gopay</i> itu biasanya campur pakai <i>cashback</i> yang ada di <i>Gopay</i> -nya.	Komponen 4 (Yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan)
EF	: Kan kemarin saya mewancarai petugas pajak di kantor wilayah Mengenai kemungkinan pemajakan <i>cashback</i> karena dianggap bisa dikatakan sebagai sebuah penghasilan hasil dari wawancara saya dengan beliau yang mengatakan bahwa ia <i>cashback</i> Itu adalah sebuah penghasilan dan merupakan sebuah objek pajak bagaimana tanggapan Anda mengenai hal tersebut?	
EG	: Saya jujur baru tau kalau <i>cashback</i> itu adalah sebuah penghasilan ya, kalau selama ini saya menganggap <i>cashback</i> itu sebagai timbal balik aja sih karna kita udah make aplikasi itu, jadi kayak <i>win-win solution</i> gitu dari aplikasinya yang ngasih ke konsumen, konsumennya dapat <i>win solution</i> -nya berupa <i>cashback</i> gitu. Itu aja sih, jadi selama ini saya ga pernah nganggep <i>cashback</i> itu adalah sebuah penghasilan.	Komponen 1 (Penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis)
EF	: Saya juga tanyakan, apakah saat ini ada peraturan untuk memajakin <i>cashback</i> -nya. Nah, petugas pajaknya bilang belum ada. Cuma, yang paling mendekati itu adalah saat ini dikatakan itu berupa natura.	

EG	:	Bisa dijelaskan natura itu apa?	
EF	:	Jadikan di pajak itukan ada objek pajak yang bisa dikenakan pajak, ada barang yg ga dijadikan objek pajak gitu disebut natura atau kenikmatan. Ada biaya yang gabisa dikenakan pajak itu kayak seragam satpam, kayak beras di kasih ke karyawan gitu. Nah, terus untuk saat ini kata petugas pajak, <i>cashback</i> ini dilihat sebagai natura.	
EG	:	Memang objek yang gak bisa ditarik pajak gitu ya?	
EF	:	Sebenarnya kalo secara umum, nggak bisa. Cuma untuk saat ini, itu bisa dikenakan bagi karyawan.	
EG	:	Ohh bagi karyawan aja? Jadi misalkan karyawan yang dapat cashbac itu baru bisa ditarikin pajaknya?	
EF	:	iyaa	
EG	:	Emang <i>cashback</i> yang diterima karyawan sama orang-orang awam itu beda?	
EF	:	Nggak beda, sama aja. Cuma, karena mereka saat ini yang punya NPWP terus bisa ngelapor di SPT Tahunan gitu kan. Nah, jadi katanya saat ini dianjurkan karyawan-karyawan itu melaporkan <i>cashback</i> yang diterima itu di SPT Tahunannya. Jadi memberikan kenikmatan, jadi <i>cashback</i> ini kalau berupa uang tadi, memberikan natura atau penghasilan, jadi bagi perusahaan itu sebagai biaya dan bagi yang menerima itu dianggap sebagai penghasilan, begitu. Jadi, tahun depan kalau kamu sudah punya NPWP sudah jadi karyawan, dan dapat <i>cashback</i> itu kiranya dilaporin di SPT Tahunannya gitu. Tapi kan sekarang ga ada.	
EG	:	Itu masuk ke pendapatan ya?	
EF	:	<p>Iyaa, jadi di SPT Tahunan itu nanti ada di lampiran 1 disitu ada pengashilan lain-lain, nah dimasukkan disitu.</p> <p>Nah terus aku juga tanya kan ke petugas pajaknya, mungkin nggak sih kalau misalnya di masa depan itu ini dipotong langsung di aplikasinya itu, jadi adil semua orang yang dapat itu langsung kena gitu. Langsung dipotong pajak gitu..</p> <p>Iyaa, nah, kata beliaunya itu bilang bisa, bisa dipajakin gitu secara final langsung berapa persen itu, bisa, cuma belum ada peraturannya aja. Jadi, dia ngeliat dari perspektifnya itu, bisa.</p> <p>Baru aku tanya juga, <i>struggle</i>-nya sampai saat ini apa aja, kenapa kok belum ada gituna padahal kan fenomenanya udah lama.. Baru dibilang, “iyaa ini masih dalam tahap studi, ini adil nggak, dia masih ngelihat dari pihak-pihak yang lain”</p> <p>Jadi, menurut saudara Elan, atas kemungkinan bia dipajakin langsung dari <i>e-commerce</i> itu secara final berapa persen itu, gimana tanggapan saudara?</p>	
EG	:	Kedepannya yang akan datang terhadap <i>cashback</i> yang akan dipajakin, pajakinnya itu ke perusahaannya aja langsung, bisa nggak sih? Jangan kayak kita makan di restoran, terus kita bayar pajak 10 % gitu, jadi cahsback yang kita terima itu udah bersihnya gituna, jadi dari perusahaannya itu, misalkan pajaknya 10% perbulan, nah <i>cashback</i> yang sudah dikeluarin itu yaudah dikalikan 10% aja. Jadi, penggunanya itu semua dapat yang bersihnya, gitu. Jadi, kebijakannya itu lebih ke arah perusahaan, jangan ke arah masyarakat, karena jujur misalkan ditarikin semua ke masyarakat	-“Saran” jika menerapkan withholding tax - Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas

		kayak “Ah, apa-apa pajak, apa-apa pajak” pasti masyarakat juga lebih ke arah kontra gitu nah “Ngapain kayak gini-gini dipajakin? Gak penting banget”	Transaksi Cashback
EF	:	Iya sih, kemaren bapaknya juga bilang kayak gitu, kita masih ngeliat dulu, jangan apa-apa dipajakin jadi ini masih dalam tahap studi, dibilang gitu.	
EG	:	Oke, lanjut.	
EF	:	Oke, menurut saudara Elan, kapan saat pengakuan <i>cashback</i> sebagai suatu penghasilan? Apakah saat diterima atau saat dipakai atau bagaimana?	
EG	:	Pengakuan <i>cashback</i> itu dianggap penghasilan ya disaat uang nominalnya itu udah diterima ke dalam <i>e-money</i> saya.	-“Kapan” -Komponen 2 (yang diterima atau diperoleh WP)
EF	:	Apakah dengan informasi yang saya beritahukan kepada anda bahwa <i>cashback</i> adalah sebenarnya objek pajak menjadi mengurangi keinginan untuk menggunakan <i>voucher cashback</i> atau tidak? Apakah mengurangi rasa ingin berbelanja di <i>e-commerce</i> ?	
EG	:	Iya, karena seperti yang saya bilang tadi, saya ini sebagai masyarakat awam mikirnya “Aduh, apa-apa dipajakin” jadi kayak malas aja menggunakan <i>cashback</i> .	
EF	:	Tapikan dapat juga? Maksudnya itu kan dipotong kecil aja?	
EG	:	Iya, kecil. Mungkin bagi anda kecil, tapi bagi saya seribu adalah hal yang sangat besar, mba. Saya kalo belanja ngga cuma 100 ribu, 50 ribu, mba, saya belanja bisa 1 juta, 2 juta. Kan biasanya <i>cashback</i> itu persenan dari harga beli kan?	
EF	:	Iyaa	
EG	:	Ya, yang saya dapatin kan juga kecil mba akhirnya karena kepotong pajak.	
EF	:	Jadi, saya simpulkan, anda ga mau pakai <i>voucher cashback</i> ini kalau misalnya dipajakin meskipun bakal dapat juga beberapa sekian?	
EG	:	Iya, saya bakal merasa kurang aja pakai itu. Kecuali memang pajaknya dikasihikan ke perusahaan. Jadi, saya melihatnya secara bersihnya. Mungkin ini mempengaruhi psikologis bagi para konsumen, ya. Kalau misalkan pajak itu ditarik pas waktu di konsumen, ya saya ngeliatnya “Aduh, kenapa sih dipotong-potong mulu”. Sedangkan, kalau misalnya nanti di perusahaan langsung dipajakin, mungkin saya masih bisa menerimanya, kayak gitu. Mungkin ada efek-efek psikologis di situ.	-Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i>
	:	Jadi, ini sebenarnya kalau untuk orang-orang yang dibawah PTKP, misalnya saudara Elan ini sudah kerja, udah punya NPWP, udah wajib lapor, nah kan masih dibawah PTKP karena belum menikah kan ya? Sebenarnya itu ngga dikenakan pajak, kalau dibawah PTKP. Jadi, saudara hanya perlu menginput aja di penghasilan lain-lain itu. Tapi tergantung di jumlah gaji juga, sih. Kan kalau misalnya gajinya masih dibawah 5 itu masih dibawah PTKP sih.	
EG	:	Gini aja sih mba emang kata kuncinya, selama itu nggak dikenakan pajak, saya masih menerima.	
EF	:	Okee, berikutnya. Apakah saudara pernah melakukan pencatatan atas <i>cashback</i> yang diterima?	
EG	:	Pencatatan secara manual kayak di buku gitu ya?	
EF	:	Iyaa, pernah nyatat ngga?	

EG	:	Ohh, enggak. Kalau saya nggak pernah, mba. Kalau cek aja berapa saldo <i>cashback</i> -nya gitu ya pernah, cuman kalau pencatatannya ga pernah.	Bagian pencatatan. -Pemotongan atas transaksi <i>cashback</i> .
EF	:	Jadi, dari petugas pajaknya ini bilang disaranin dicatat gitu menerimanya berapa, dalam 1 periode atau 1 tahun itu baru ditaro di penghasilan lain-lain di SPT Tahunan, katanya seperti itu.	
EG	:	Okee, siap mba. Mungkin nanti jadi catatan juga bagi saya agar pelaporan pajaknya nanti lebih teratur gitu mba ya.	
EF	:	Apakah ada saran atau masukan dari anda selaku pengguna <i>e-commerce</i> terkait fenomena kemungkinan pemajakan atas transaksi <i>cashback</i> ini?	
EG	:	Ini pertanyaannya udah bisa dijawab sih dari yang tadi saya anu tadi	
EF	:	Okee, ya udah.	

No. Wawancara	:	1
Informan	:	Yuzal (YZ) / Konsumen atau Penerima <i>Cashback</i>
Penanya	:	Ester Febriana (EF)
Tipe Wawancara	:	Semi Terstruktur
Hari/ Tanggal	:	Rabu, 21 September 2023
Waktu	:	23.48 WITA
Lokasi	:	Video call WhatsApp

Inisial	Transkrip	Ide pokok
EF	: Pada hari ini, tanggal 21 September tahun 2023 jam 23.48, saya Ester Febriana Purba ingin meneliti terkait perspektif terhadap kemungkinan pemajakan atas transaksi <i>cashback</i> dalam meningkatkan penerimaan pajak. Pada malam hari ini, saya bersama saudara..	-
YZ	: Yuzal Qushoyyi Wahyudi sebagai pelanggan dari <i>e-commerce</i> .	-
EF	: Baik, yang pertama, menurut saudara Yuzal, bagaimana kah proses bisnis transaksi <i>cashback</i> yang anda ketahui?	-
YZ	: Jadi transaksi <i>cashback</i> yang saya ketahui ialah jika saya belanja di <i>e-commerce</i> dan <i>e-commerce</i> tersebut mengeluarkan suatu <i>voucher</i> dimana ketika ia membelanjakan sesuatu dengan menggunakannya, kita akan mendapatkan yang namanya <i>cashback</i> . Begitu ya? Setahu saya begitu.	Proses bisnis yang menghasilkan <i>cashback</i> .
EF	: Oke baik, berikutnya, atas <i>cashback</i> yang pernah anda dapatkan biasanya anda gunakan kembali atau tidak? Dan jika ya, anda gunakan untuk apa?	-
YZ	: Baik, jujur untuk <i>cashback</i> saya pernah gunain ya, cuman memang.. ehm.. biasanya kan.. mohon maaf, ini kalau nyebut suatu <i>brand</i> gapapa atau nggak boleh?	-
EF	: Iya, gapapa.	-
YZ	: Ya, baik, jadi dulu itu saya pernah pakai <i>Gojek</i> , jadi dulu saya pernah mesan <i>GoFood</i> , namun disistem <i>Gojek</i> ini dia sistem <i>cashback</i> -nya beda, jadi dia bukan berupa duit asli namun duit yang didalam <i>GoPay</i> -nya itu <i>GoPoints</i> . Jadi emang dulu itu saya sering belanja menggunakan <i>Gojek</i> , namun <i>cashback</i> yang diterima itu berupa <i>GoPoints</i> , nah namun karena emang dia ngasihnya sedikit-sedikit, jadi saya tabung dulu sampai mendapatkan jumlah tertentu yang bisa dibelanjakan maka <i>cashback</i> yang berupa <i>GoPoints</i> itu saya gunakan untuk membeli pulsa sih biasanya, karena jumlahnya yang kecil, tidak terlalu besar.	-Komponen 4 (Yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan)
EF	: Saya telah mewawancarai petugas pajak mengenai kemungkinan pemajakan <i>cashback</i> karena dianggap dianggap bisa dikatakan sebagai sebuah penghasilan. Nah, hasil dari wawancara saya kemarin beliau mengatakan bahwa <i>cashback</i> itu adalah sebuah penghasilan dan merupakan sebuah objek pajak. Bagaimana anggapan anda terhadap pernyataan tersebut?	-
YZ	: Oke, kalau misalnya dijadikan objek pajak tentang <i>cashback</i> ini mungkin targetnya harus orang-orang yang sering beli kali ya? Misalnya dia beli elektronik yang dimana biasanya kalau di toko <i>online</i> itu banyak <i>cashback-cashback</i> gitu. Kalau menurut tanggapan saya setuju sih kalau memang itu sebagai objek pajak, namun kalau untuk saya sendiri yang saya terima <i>cashback</i> yang berupa uang dari aplikasi itu sendiri mungkin kurang	-



		<i>relate</i> buat saya, karena mungkin bisa dibatasi tipe-tipe <i>cashback</i> apa saja yang bisa dijadikan objek pajaknya.	
EF	:	<p>Oke, terkait jenis-jenis objek pajaknya sih saya kemarin nanya juga kayak dari banyaknya jenis <i>cashback</i> itu ada uang tunai, ada uang virtual, ada barang gitukan. Nah, terus beliau mengatakan bahwa kalau uang yang tunai, virtual, poin, atau <i>voucher</i> itu, iya sebuah penghasilan. Namun, kalau barang itu, nggak. Kalau misalnya beli 1 gratis 1 itu bukan penghasilan.</p> <p>Oke, berikutnya, saya juga nanya kan “apakah bisa <i>cashback</i> ini dipajakin langsung dari <i>e-commerce</i>? Dipajakin langsung gitu berapa persen secara final?” lalu beliau mengatakan bisa, hanya saja pada saat ini belum ada peraturannya. Nah, saya disini ingin menanyakan kepada anda selaku pengguna yang pernah menggunakan <i>cashback</i> bagaimana tanggapan anda mengenai kemungkinan itu dipajakin gitu? Menurut anda gimana?</p>	-
YZ	:	<p>Oke, menurut saya, ini mungkin pendapat saya terlalu subjektif karena memang saya kan bertransaksi menggunakan <i>cashback</i> itu dan hasil <i>cashback</i> itu tidak sebesar itu. Jadi, kalau memang harus dipajakin, memang harus ada aturannya, mungkin ada batasannya.. berapa puluh ribu gitu baru bisa dipajakin.</p> <p>Karena kalau misalnya cuman seribu doing gitu <i>cashback</i>-nya, misalkan pajaknya 10% jadi 100 rupiah diambil gitukan, mungkin harus ada peraturan yang berlaku untuk pembatasan nilai dari <i>cashback</i> itu.</p>	-
EF	:	Kenapa dengan 100 perak?	-
YZ	:	Menurut saya, 100 perak itu sangat berharga ya, dan nominalnya pun juga tidak terlalu besar gitu.	-
EF	:	Lalu, anda keberatan kalau dipotong 100 perak?	-
YZ	:	Ya, saya keberatan. Maka dari itu saya menyarankan jika memang ada peraturannya ada lah batasan-batasan mengenai jumlah perpajakan terhadap total <i>cashback</i> yang didapatkan. Mengerti kan mba, ya?	-
EF	:	<p>Mengerti sih.. oke, lalu saya juga bertanya “apakah saat ini ada pertauran yang membahas tentang pemajakan atas transaksi <i>cashback</i> itu, apakah ada peraturan yang mengatur itu saat ini?” lalu beliau bilang ngga ada, sebenarnya saat ini belum ada, cuman yang paling mendekati itu di PMK No. 66 Tahun 2023. Nah, disitu dikatakan bahwa sebenarnya <i>cashback</i> ini dianggap seperti natura atau kenikmatan. Nah, natura itu kalau dari sisi pajak itu misalkan dari sisi perusahaan ngeluarin biaya nih, ngeluarin sebuah pengeluaran. Nah, ada beberapa biaya yang dilihat dari sisi pajak itu ga boleh dijadikan biaya, karena kalau itu dijadikan biaya kan mengurangi pendapatnya perusahaan dan kalau mengurangi pendapatnya perusahaan, pajaknya itu jadi lebih rendah, gitukan.</p> <p>Intinya, kalau <i>cashback</i> ini dianggap sebagai natura dimana bagi perusahaan itu dianggap sebagai biaya dan dari penerimanya itu dianggap sebagai penghasilan. Nah, tapi perlu digaris bawahi bahwa penerima yang menganggap sebagai penghasilan itu hanya untuk karyawan yang udah punya NPWP dan sudah wajib lapor SPT Tahunan.</p> <p>Jadi, kalau misalnya saudara Yuzal sudah kerja ya, dan dapat <i>cashback</i> itu dari petugas pajak isi menyarankan kalau kita mencatat</p>	-

		selama 1 periode atau 1 tahun atas berapa saja <i>cashback</i> yang telah kita dapatkan itu. Nah, lalu jika sudah dilist itu nanti di laporkan di lampiran 1 di bagian penghasilan lain-lain, begitu. Merujuk dari itu, apakah saudara Yuzal pernah melakukan pencatatan atas <i>cashback</i> yang diterima?	
YZ	:	Nah itu, saya mau tanya ke anda sih sebenarnya, kalau misalnya saya lupa akan <i>cashback</i> yang saya terima itu bagaimana? apakah dijadikan sebagai hal yang tidak ada atau bagaimana?	-
EF	:	Menanggapi hal itu, kan saat ini anda belum bekerja kan, jadi belum ada penghasilan, belum ada NPWP, dan belum wajib lapor di SPT Tahunan. Jadi kalau misalnya saudara belum ada melakukan pencatatan ya gapapa aja sih, ya itu nggak berefek apa-apa, cuman saya disini ingin menanyakan aja selama anda menggunakan <i>e-commerce</i> dan mendapatkan <i>cashback</i> apakah anda pernah melakukan pencatatan atas <i>cashback</i> yang pernah anda dapatkan?	-
YZ	:	Tidak, saya tidak pernah mencatat sama sekali pun.	Bagian pencatatan. -Pemotongan atas transaksi <i>cashback</i> .
EF	:	Oke, baiklah.	
YZ	:	Kalau misalnya orang kerja gimana? Kalau misalnya dia lupa? Apakah ada hukumannya?	-
EF	:	Baik, menanggapi hal tersebut saya juga sudah menanyakan “apakah ada sanksi atau denda terkait hal ini?” nah, dari beliaunya bilang ada sih. Jadi, misalnya seseorang ini kan si A dia ini udah ngelapor SPT Tahunan, nah terus diluar masa lapor SPT Tahunan itu dia memperbaiki SPT Tahunannya dengan menambahkan <i>cashback</i> itu di penghasilan lain-lain itukan, sehingga beban pajaknya itu jadi lebih tinggi kan, logikanya begitukan?	-
YZ	:	Ya	-
EF	:	Nah jika menyebabkan beban pajaknya menjadi lebih tinggi, ia dikenakan denda namanya denda suku bunga acuan. Nah suku bunga acuan itu untuk bulan ini adalah 0,95% dikali dengan berapa selisih beban pajak yang lama dengan beban pajak yang baru.  Jadi misalkan kemarin dia beban pajaknya 50 ribu, terus dia rombak, terus dia tambahin <i>cashback</i> -nya itu sehingga menyebabkan beban pajaknya jadi 55 ribu kan misalnya, nah 5 ribunya itu dikalikan dengan 0,95% itu.	-
EF	:	Menurut saudara Yuzal, kapan saat suatu <i>cashback</i> sebagai suatu penghasilan? Apakah saat diterima, atau saat dipakai atau saat bagaimana menurut anda?	-
	:	Menurut saya pengakuan <i>cashback</i> sebagai suatu penghasilan itu dikatakan setelah kita mendapatkan nilai dari <i>cashback</i> yang kita dapatkan, jadi bukan sebelum atau pas dilakuin, gitu.	“Kapan” Komponen 2 (Yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak)
EF	:	Oke, menurut saudara Yuzal apakah lebih baik pengguna yang menerima <i>cashback</i> menghitung, membayar dan melaporkan atas <i>cashback</i> yang diterima agar lebih transparan atau langsung dari platform <i>e-commerce</i> yang melakukannya? Dan mengapa?	
YZ	:	Oke, menurut saya ya, karena pasti banyak juga orang tidak menghitungnya atau tidak rajin, maka dari itu platform dari <i>e-commerce</i> sendiri yang harus melakukan. Ya karena memang kan di <i>e-commerce</i> juga sudah punya sistem otomatis yang bisa	-“Saran” jika menerapkan <i>withholding tax</i> - Kendala dan Saran untuk Perumusan

		menghitung pengeluaran dan pemasukannya, biar lebih otomatis aja dari <i>e-commerce</i> -nya gitu.	Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i>
EF	:	Oke, apakah dengan informasi yang saya beritahukan kepada anda bahwa <i>cashback</i> sebenarnya objek pajak menjadi mengurangi rasa keinginan untuk menggunakan <i>voucher cashback</i> tersebut atau tidak? Apakah mengurangi rasa keinginan untuk berbelanja di <i>e-commerce</i> atau tidak?	
YZ	:	Oke, dikarenakan kita hidup di dunia digital ya, dan kita selalu membutuhkan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan kita, berarti kan kita tetap belanja di <i>e-commerce</i> , dan jika memang dikenakan pajak, saya tetap akan menggunakan <i>voucher cashback</i> tersebut untuk belanja di <i>e-commerce</i> -nya	
EF	:	Anda nda merasa keberatan meskipun dipajakin?	
YZ	:	Tidak.	
EF	:	Yakin?	
YZ	:	Yakin, karena memang ketika kita membayar barang dengan harga 10 ribu, ya berarti memang harganya 10 ribu. Nah, menurut saya ya sebagai pengguna dari <i>e-commerce</i> , <i>cashback</i> dan diskon itu adalah hal yang mirip lah, serupa. Karena, pada akhirnya barang itu juga nilainya akan dipotong kan? cuman bedanya kalau diskon dipotong diawal, sedangkan <i>cashback</i> itu dipotong diakhir, begitu sih.	Komponen 1 (penghasilan merupakan tambahan kemampuan ekonomis)
EF	:	Baik, yang terakhir. Apakah ada saran dan masukan dari anda selaku pengguna <i>e-commerce</i> terkait fenomena kemungkinan pemajakan atas <i>cashback</i> ini?	
YZ	:	Saya sarankan saja perhitungan <i>cashback</i> dari pengguna itu dihitung dari <i>e-commerce</i> -nya saja sehingga kita bisa melihat secara otomatis <i>cashback-cashback</i> yang masuk ke pendapatan kita, gitu. Kemudian, karena masih kurangnya peraturan dalam <i>cashback</i> ini, saya sarankan juga buat melihat batasan-batasan nilai atau jumlah dari pendapatan <i>cashback</i> ini yang akan dipajakkan gitu, terima kasih.	-“Saran” - Kendala dan Saran untuk Perumusan Peraturan atas Transaksi <i>Cashback</i>
EF	:	Baik, terima kasih.	

## Lampiran 5. Dokumentasi



Wawancara bersama Agus Sugianto selaku Penyuluh Pajak Ahli Muda dari Kanwil Direktorat Jenderal Pajak Kalimantan Timur dan Utara.





Wawancara bersama Krisniati selaku pengguna yang pernah melakukan transaksi menggunakan *cashback*.



Wawancara bersama Yuzal selaku pengguna yang pernah melakukan transaksi menggunakan *cashback*.

## Lampiran 6. Catatan Hasil Koreksi Seminar Proposal



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MULAWARMAN**

Alamat: Jln. Tanah Grogot Gn. Kelua No. 1 Telp. (0541)749036 Samarinda

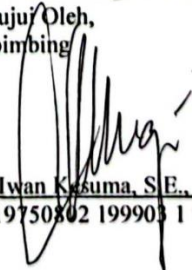
**CATATAN KOREKSI / SARAN SEMINAR PROPOSAL**  
**JURUSAN AKUNTANSI**

Nama Mahasiswa : Ester Febriana Purba  
 NIM : 1901036021  
 Program Studi : S1 Akuntansi  
 Judul Skripsi : Perspektif Petugas Pajak terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi *Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak  
 Dosen Pembimbing : Agus Iwan Kesuma, S.E., M.A

NO.	HALAMAN	BAB	ISI KOREKSI ATAU SARAN
1.	26	III	Bapak Dr. Set Asmapane, S.E., MSi., Ak., CA., CTA., CPA - Lebih memperhatikan batasan penelitian.
2	Judul		Ibu Eka Febriani, S.E., M.S.A., Ak., CSRS., CSRA - Menyarankan mengubah kata "Petugas Pajak".
	8	I	- Mengategorikan manfaat penelitian, menjadi manfaat teoritis, manfaat kebijakan, dan manfaat praktis.
	26	III	- Memperhatikan dalam Pedoman Penulisan Skripsi apakah penelitian kualitatif menggunakan definisi operasional atau tidak.
	28	III	- Memperhatikan spesifikasi informan.
	28	III	- Memperhatikan apakah menggunakan data sekunder atau tidak.

- Setiap blanko yang berisi koreksi / saran Harap diphoto copy masing-masing 2 (dua) rangkap

Samarinda, 21 Agustus 2023  
 Disetujui Oleh,  
 Pembimbing

  
Agus Iwan Kesuma, S.E., M.A  
 NIP. 19750802 199903 1 001

## Lampiran 7. Catatan Hasil Koreksi Seminar Hasil



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MULAWARMAN**

Alamat: Jln. Tanah Grogot Gn. Kelua No. 1 Telp. (0541)749036 Samarinda

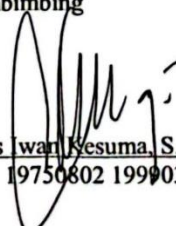
**CATATAN KOREKSI / SARAN SEMINAR HASIL**  
**JURUSAN AKUNTANSI**

Nama Mahasiswa : Ester Febriana Purba  
 NIM : 1901036021  
 Program Studi : S1 Akuntansi  
 Judul Skripsi : Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi *Cashback* dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak  
 Dosen Pembimbing : Agus Iwan Kesuma, S.E., M.A

NO.	HALAMAN	BAB	ISI KOREKSI ATAU SARAN
1.	16  31 35-61	2  3 4	Bapak Aspyan Noor, S.E., M.E - Sederhanakan kalimat dengan menghapus rincian biaya utilitas dan menghapus kalimat berikutnya. - Menghapus 'a.' pada jenis literatur buku. - Perbaiki jarak spasi pada saat melanjutkan paragraf setelah mengutip percakapan langsung.
2	26  26	3  3	Ibu Dr. Wulan Iyhyig Ratna Sari, M.Si., CSP., CMA - Lebih memperhatikan jenis pendekatan yang digunakan. - Gunakan sumber yang lebih terbaru dalam penjelasan jenis pendekatan penelitian.
3		4	Bapak Muhammad Iqbal, S.Pd., M.Si - Memperhatikan kodingan atau penanda dalam mengolah dan menganalisis hasil wawancara.

- Setiap blanko yang berisi koreksi / saran Harap diphoto copy masing-masing 2 (dua) rangkap

Samarinda, 7 Desember 2023  
 Disetujui Oleh,  
 Pembimbing

  
 Agus Iwan Kesuma, S.E., M.A  
 NIP. 19750802 199903 1 001

## Lampiran 8. Persentase Hasil Turnitin

240114193634 Ester Febriana Purba - 1901036021 Perspektif terhadap Kemungkinan Pemajakan atas Transaksi Cashback dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak

### ORIGINALITY REPORT

<b>10%</b> SIMILARITY INDEX	<b>10%</b> INTERNET SOURCES	<b>5%</b> PUBLICATIONS	<b>3%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="https://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<b>4%</b>
<b>2</b>	<a href="https://journal.umg.ac.id">journal.umg.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<a href="https://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<a href="https://repository.unpas.ac.id">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	<a href="https://stats.pajak.go.id">stats.pajak.go.id</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<a href="https://ortax.org">ortax.org</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<a href="https://datacenter.ortax.org">datacenter.ortax.org</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<a href="https://ejournal.45mataram.ac.id">ejournal.45mataram.ac.id</a> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
	<a href="https://peraturan.bpk.go.id">peraturan.bpk.go.id</a>	