

PERKEMBANGAN E-PAYMENT DI TENGAH TANTANGAN

Oleh Tim Riset Majalah Stabilitas LPPI

(Hasil riset ini telah dimuat dalam Majalah Stabilitas LPPI No.: 156/Juni-Juli 2019 Th. XIV)

Kemajuan teknologi internet dan teknologi informasi adalah sebuah fakta yang tidak bisa dibantah lagi saat ini. Kondisi ini diikuti dengan beragam disrupsi yang memunculkan beragam keseimbangan baru di hampir semua sektor kehidupan kita. Tak terkecuali di sektor perdagangan. Dampak yang paling kentara di dunia perdagangan adalah pergeseran dari perdagangan konvensional di luar jaringan atau offline menuju perdagangan dalam jaringan atau online dalam balutan electronic commerce (e-commerce).

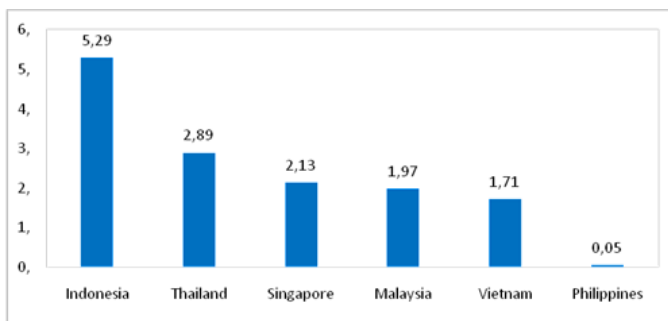
Kemajuan teknologi dan praktik-praktik yang mengikutinya kadang memang banyak orang tidak siap mengimbangnya. Indonesia, pada tahap ini belum bisa mengimbangi pesatnya e-commerce dan hanya mendapat efek negatifnya saja.

Kini yang dinamakan “pasar” **tidak lagi harus berupa bangunan fisik** yang mempertemukan penjual dan pembeli tapi lebih luas dari itu. Selama ada koneksi internet, tampilan produk, sistem pembayaran dan dukungan logistik terbentuklah pasar masa kini yaitu e-commerce. Keberadaannya memanjakan konsumen ketika berbelanja sekaligus membawa masalah baru bagi otoritas. Impor yang melonjak yang berujung pada defisit neraca perdagangan, potensi pajak yang hilang dan konsumerisme adalah tiga hal pokok yang perlu menjadi catatan.

Surga E-Commerce

Sekali lagi kelebihan Indonesia yang memiliki penduduk yang banyak dan wilayah yang luas menjadi surga bagi sistem perdagangan e-commerce terutama jika dibandingkan negara-negara lain di kawasan ASEAN. Bahkan geliat ekonomi yang semakin kencang serta pertumbuhan kelas menengah yang tidak bisa dihindari menjadikan e-commerce di Indonesia makin tak bisa dikalahkan di kawasan tersebut. Pada tahun 2016, penjualan e-commerce Indonesia adalah yang tertinggi di ASEAN. Angkanya mencapai 5,29 miliar dolar Amerika Serikat. Singapura sebagai salah satu negara ekonomi maju, penjualan e-commerce-nya hanya separuh dari Indonesia sebesar 2,13 miliar dolar Amerika Serikat.

Penjualan E-Commercedi Indonesia (2016, Miliar Dollar AS)



Dalam catatan Bank Indonesia bahwa pada tahun 2016 transaksi online di Indonesia mencapai Rp 75 triliun, dan diperkirakan meningkat menjadi Rp 144 triliun pada tahun 2018. Persoalannya, seiring pesatnya perkembangan e-commerce di Indonesia ternyata memiliki **implikasi terhadap peningkatan impor produk luar negeri**. Bahkan menurut data Kementerian Koordinator perekonomian, dari keseluruhan produk yang dijual pada platform online, hampir 95 persen produk yang dijual merupakan produk impor.

Maka tidak mengherankan ketika impor pada tahun 2018 melesat naik hingga 20 persen akhirnya menyebabkan semakin menipisnya surplus neraca perdagangan nonmigas, dari 20,41 miliar dollar AS pada tahun 2017 menjadi hanya 3,84 miliar dollar AS pada tahun 2018 atau menyusut 81,2 persen.

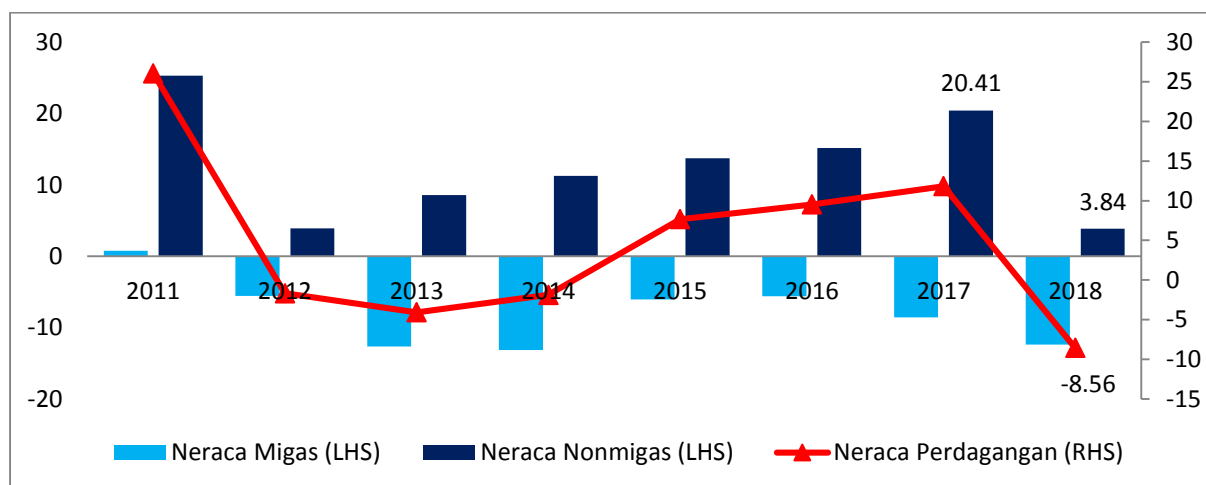


Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia

Akibat berikutnya, untuk pertama kalinya dalam sejarah, neraca perdagangan Indonesia mengalami defisit yang paling parah hingga mencapai 8,56 miliar dollar AS pada tahun 2018.

Dengan kontribusi transaksi e-commerce yang masih 1 persen dari total perdagangan saja sudah cukup berdampak terhadap peningkatan impor barang. Apalagi jika penetrasi perdagangan online semakin masif pada tahun-tahun mendatang maka dikhawatirkan impor barang juga akan semakin deras. Tidak hanya karena kemudahan memilih dan bertransaksi pada platform belanja online, konsumen lebih tertarik memilih produk impor karena memang harganya yang relatif lebih murah dibandingkan produk domestik. Akibatnya, produsen dalam negeri terutama usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga semakin berat melawan ekspansi produk impor yang dijual secara online.

Neraca Perdagangan Indonesia 2011-2018 (Miliar dollar AS)



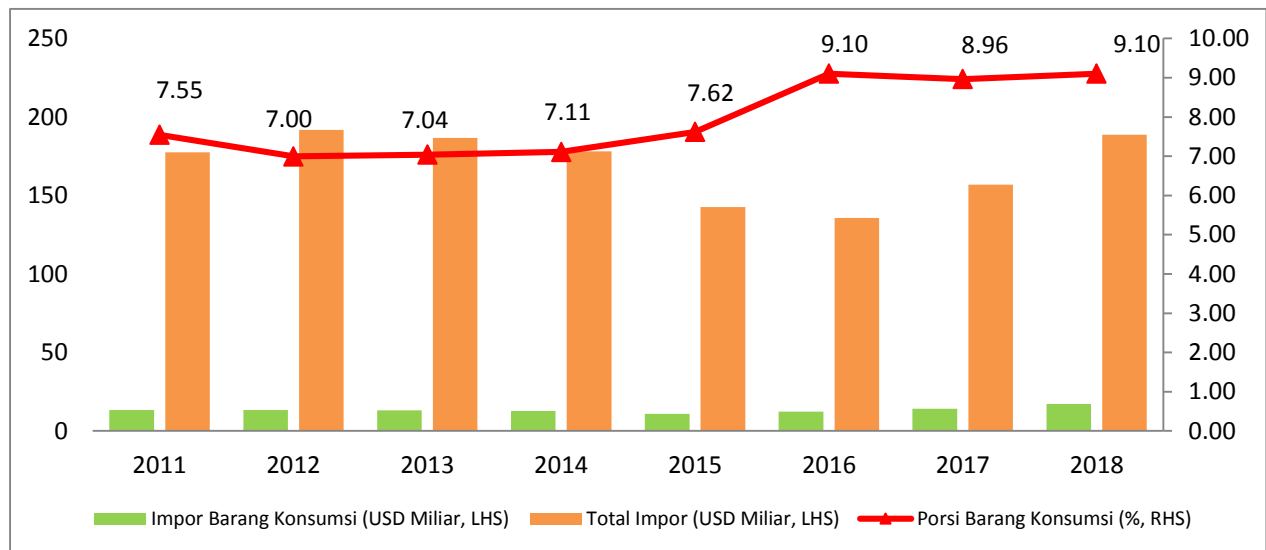
Sumber : Badan Pusat Statistik, diolah

Indikator lain yang dapat menunjukkan kuatnya penetrasi produk impor dari transaksi online adalah **pertumbuhan impor barang konsumsi yang tinggi** dalam empat tahun terakhir ini. Pada tahun 2015, impor barang konsumsi masih sebesar 10,87 miliar dollar AS. Lalu pada tahun 2018, impor barang konsumsi melesat menjadi 17,17 miliar dollar AS atau meningkat 58 persen dibandingkan tahun 2015. Selain itu, fakta yang cukup mengejutkan adalah kecenderungan peningkatan porsi impor barang konsumsi terhadap total impor barang, dari hanya sekitar 7 persen pada 2012-2014, terus bertambah menjadi 9,10 persen pada tahun 2018.

Dalam merespons derasnya barang konsumsi tersebut, pemerintah melalui Kementerian Keuangan pun akhirnya melakukan **upaya pembatasan impor** terhadap 900 barang konsumsi. Kebijakan tersebut dibuat pasca lonjakan impor barang konsumsi yang mencapai 60,75 persen pada bulan Juli 2018 dimana nilai tukar rupiah ketika itu juga sedang mengalami tekanan yang besar. Adapun bentuk pembatasan impor barang konsumsi tersebut adalah dengan merevisi Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 34 Tahun 2017 tentang Pemungutan Pajak Penghasilan Barang Impor. Dalam revisi beleid tersebut, pemerintah mengenakan tarif baru pajak penghasilan (PPh) Pasal 22 Impor pada 900 komoditas barang impor konsumsi.



Perkembangan Impor Barang Konsumsi 2011-2018



Sumber : Badan Pusat Statistik, diolah

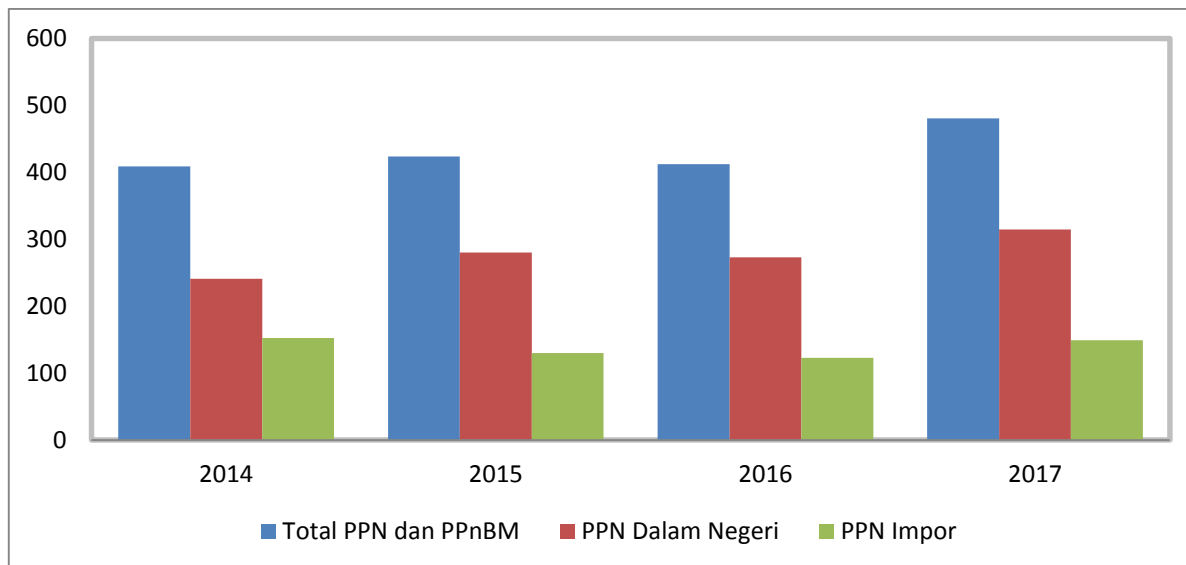
Aspek lain yang patut diperhatikan oleh pemerintah atas perkembangan transaksi e-commerce yaitu potensi menguapnya penerimaan pajak terutama Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Hal ini dikarenakan terjadinya pergeseran transaksi dari yang berwujud offline atau pertemuan fisik menjadi bersifat online. Dalam menghadapi perkembangan transaksi online tersebut, pemerintah melalui Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE/62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi e-commerce, transaksi e-commerce terbagi atas 4 model bisnis, yakni online marketplace, classified ads, daily deals, dan online retail. Adapun dasar Pengenaan PPN atas transaksi e-commerce atau pajak e-commerce ceterkandung dalam UU PPN.

Problemnya, pemerintah masih kesulitan mengumpulkan PPN dari setiap transaksi yang dilakukan pada platform e-commerce. Dengan variasi jenis marketplace online, tidak mudah bagi pemerintah untuk menarik PPN dari setiap transaksi sebab penyetoran PPN hanya bisa dilakukan apabila transaksi jual beli dilakukan dalam platform. Apabila pemerintah berhasil menemukan solusi untuk mendulang PPN dari transaksi onlinemaka kontribusi PPN terhadap penerimaan pajak juga akan semakin besar.

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak (DJP), realisasi PPN Dalam Negeri pada tahun 2017 mencapai Rp314 triliun atau meningkat 15,14 persen dibandingkan dengan tahun 2016 yang sebesar Rp273 triliun. Sementara itu, PPN Impor juga mengalami kenaikan 21,39 persen dari Rp122,8 triliun pada tahun 2016 menjadi Rp149 triliun pada tahun 2017. Seiring pesatnya pemanfaatan transaksi online, otoritas pajak harus gesit meramu kebijakan yang inovatif dalam menjaga sumber penerimaan pajak sehingga dapat meningkatkan tax ratio Indonesia.



Realisasi Penerimaan PPN 2014-2017 (Rp Triliun)



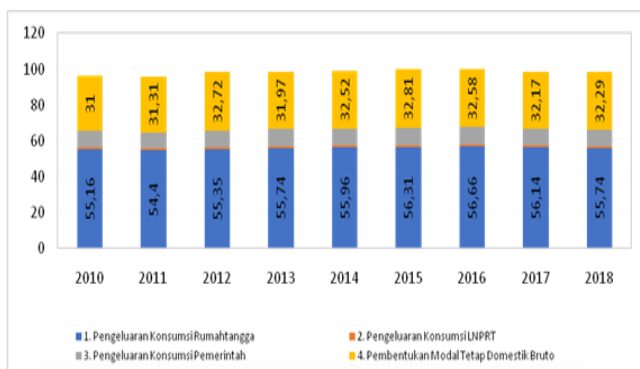
Sumber : DJP Kemenkeu, diolah

Konsumerisme ?

Meningkatnya konsumerisme. Konsumsi bagi sebuah perekonomian memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positifnya adalah konsumsi bisa mendorong perekonomian dengan memunculkan permintaan barang dan jasa. Di sisi yang lain, konsumsi yang berlebihan dan sudah menuju pada taraf konsumerisme akan menghambat perekonomian dalam memupuk tabungan nasionalnya. Padahal tabungan nasional sangat diperlukan dalam mendorong investasi domestik dengan modal yang murah dibandingkan apabila harus mendatangkan modal dari luar negeri.

Bagi Indonesia, saat ini konsumsi masih menjadi tumpuan perekonomian. Pada tahun 2018, konsumsi rumah tangga menopang 55,74 persen dalam produk domestik bruto Indonesia (atas dasar harga berlaku). Angkanya lebih rendah dibandingkan dengan periode 2014-2017 dengan share tertinggi konsumsi rumah tangga sebesar 56,66 persen pada 2016.

Porsi Konsumsi Rumah Tangga dalam PDB Indonesia 2010-2018 (Persen)

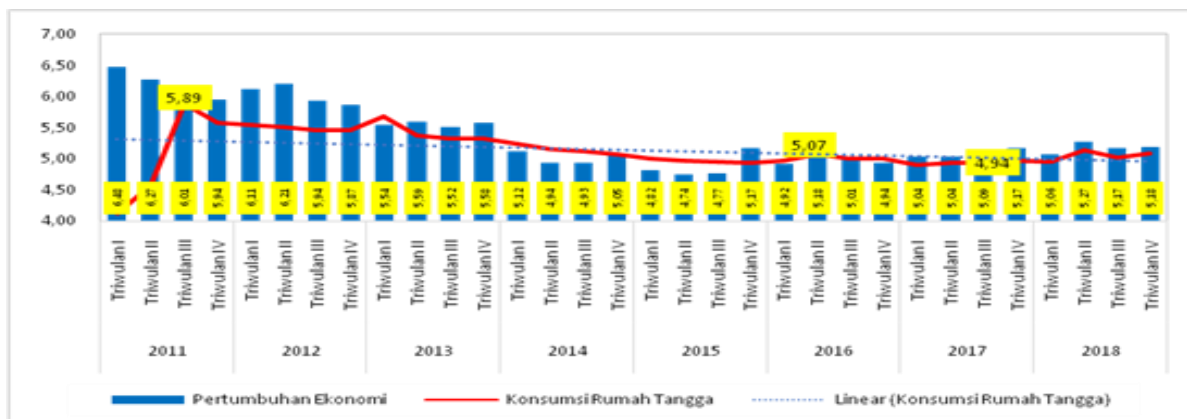


Selain porsi yang besar terhadap pembentukan PDB, pertumbuhan konsumsi rumah tangga di Indonesia berkisar di angka 5 persen, tidak jauh dari angka pertumbuhan ekonomi nasional. Terakhir, pada triwulan IV 2018, pertumbuhan konsumsi rumah tangga nasional sebesar 5,08 persen. Di sisi lain, pertumbuhannya mencapai 5,18 persen. Artinya, terjaganya pertumbuhan konsumsi rumah tangga di Indonesia menjadi modal besar tumbuhnya e-commerce di Indonesia.

Sumber : Badan Pusat Statistik



Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga Indonesia 2010-2018 (Persen)



Sumber : Badan Pusat Statistik

Tantangan

Fakta bahwa Indonesia menempati penjualan e-commerce di ASEAN tidak boleh dikesampingkan. Fakta ini harus menjadi peluang yang harus dikapitalisasi oleh otoritas dalam menggerakkan ekonomi nasional. Pastinya, kapitalisasi yang ada adalah kapitalisasi yang berkeadilan sehingga mewujudkan level of playing field yang setara antar sesama pelaku ekonomi serta memihak pada kepentingan ekonomi nasional.

Di tengah ledakan teknologi dan informasi yang menyasar konsumen domestik, tentunya pemanfaatan platform e-commerce tidak bisa dibendung dan justru harus dioptimalkan agar membawa dampak positif yang lebih besar kepada perekonomian dalam negeri. Segala upaya memperkuat daya saing produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus dilakukan pemerintah. Bahkan pemerintah juga harus memfasilitasi pemasaran produk-produk UMKM tersebut secara online.

Di samping memperkuat kekuatan produk domestik, pemerintah juga perlu mengeluarkan kebijakan afirmasi dengan membatasi produk impor yang dijual pada toko online misalnya maksimal hanya 20 persen. Dengan demikian, konsumen memiliki pilihan yang lebih besar terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dalam negeri. Manfaatnya tidak hanya melindungi produsen domestik, tetapi juga dapat memupuk cadangan devisa yang lebih banyak sehingga stabilitas nilai tukar rupiah juga dapat terjaga.

Aspek lain yang perlu dilakukan pemerintah adalah menciptakan *level of playing field* yang setara antara produk yang dijual secara online dengan offline. Salah satunya dengan menetapkan Pajak yang sama antara kedua jenis platform perdagangan tersebut. Pemerintah dapat memperluas basis pajak tanpa harus membuat kecemasan bagi para pelaku rintisan yang baru memulai usaha. Dalam jangka pendek, pemerintah dapat menyiapkan strategi pengenalan pajak yang ramah bagi pelaku usaha pemula misalnya dengan tarif PPN yang rendah sehingga terbangun ekosistem bisnis yang kondusif. Di tengah bonus demografi yang sedang dinikmati saat ini, peran pemerintah adalah menjadi stimulator yang mendorong tumbuhnya usahawan-usahawan domestik yang berdaya saing di level global.

File ini dapat diunduh melalui : <http://lppi.or.id/produk/riset/>

Untuk korespondensi dan informasi lebih lanjut, hubungi :

Divisi Riset, Pengembangan Program dan Fakultas (DRPF)

Telp: (021) 71790919 ext. 393 | Email: riset@lppi.or.id

Website : www.lppi.or.id

Disclaimer: Tidak ada satu bagian pun dalam publikasi ini yang ditujukan sebagai promosi, penawaran, rekomendasi, nasihat investasi, atau untuk membentuk dasar keputusan-keputusan strategis atas suatu kegiatan, produk, dan/atau jasa dari pihak manapun. Oleh karena itu, Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia tidak bertanggung jawab terhadap keputusan pihak manapun.