

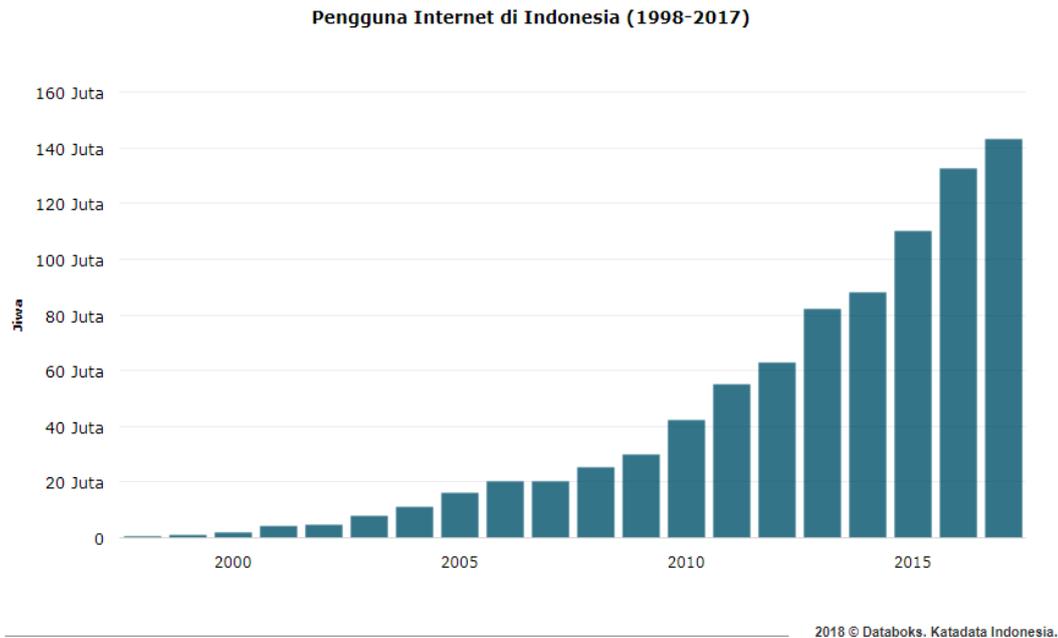
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jumlah pengguna internet di Indonesia pada 1998 baru mencapai 500 ribu, tapi pada tahun 2017 telah mencapai lebih dari 100 juta. Pesatnya perkembangan teknologi, luasnya jangkauan layanan internet, serta makin murahannya harga *gadget* (gawai) untuk akses kedunia maya membuat pengguna internet tumbuh cukup pesat. Menurut data survei APJII, pengguna internet di Indonesia pada 2017 telah mencapai 142 juta jiwa dengan penetrasi sebesar 54,69 % dari populasi. Pengakses internet pada tahun lalu tumbuh 7,9% dari tahun sebelumnya dan tumbuh lebih dari 600% dalam 10 tahun terakhir.

Pengguna internet akan terus bertambah seiring makin luasnya jangkauan layanan di internet di tanah air. Makin banyaknya menara *Base Transceiver Station* (BTS) yang dibangun oleh para operator maupun penyedia jasa layanan seluler, pembangunan jaringan kabel fiber optik Palapa Ring akan meningkatkan layanan internet di Indonesia, terutama bagian timur. Seperti diketahui, saat ini banyak pekerjaan yang harus diselesaikan dengan menggunakan bantuan jaringan internet.

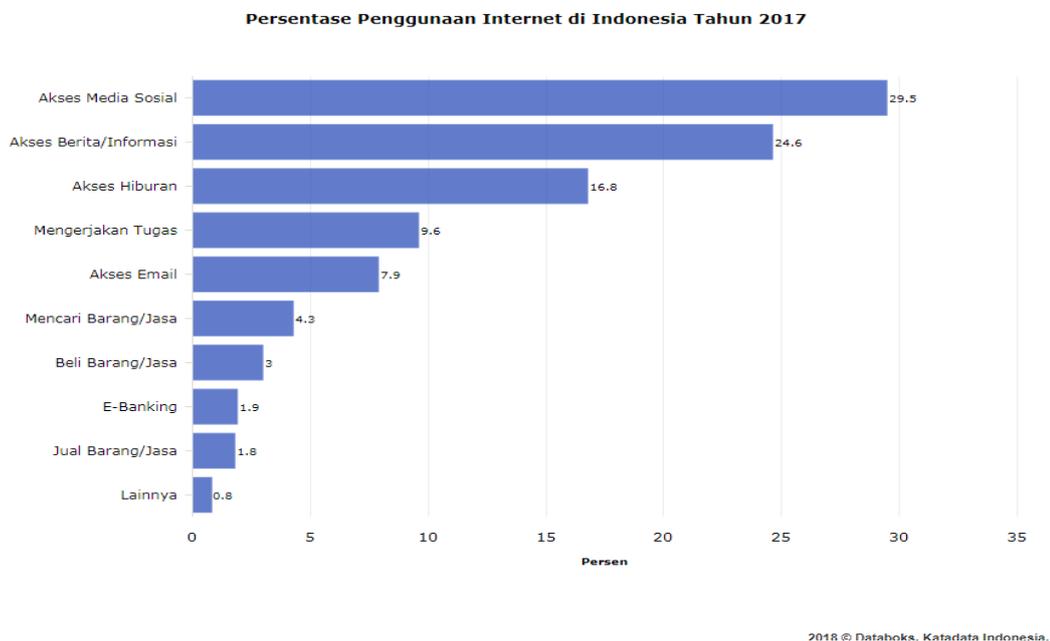


Gambar I. 1

Pengguna Internet di Indonesia (1998-2017)¹

Pengguna internet di Indonesia mayoritas digunakan untuk keperluan media sosial. Hal lainnya yang paling banyak dilakukan masyarakat ketika mengakses internet adalah untuk mencari berita dan mendapatkan hiburan. Tiga kegiatan tersebut menurut survei, menjadi kegiatan utama yang diakses oleh 70,9 % pengakses internet. Beberapa kegiatan lain yang menjadi jawaban masyarakat adalah mengakses internet untuk mengerjakan tugas, untuk mengakses email, mencari barang dan jasa, bertransaksi *E-Commerce*, *e-banking* dan lainnya. Potret kegiatan terangkum dari Hasil Survei Ekonomi Nasional 2017 yang dipublikasikan Maret lalu, dan telah diolah kembali oleh Bappenas.

¹ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berupa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>



Gambar 1. 2

Persentase Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2017²

Terlepas dari pesatnya pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia tingkat kepercayaan konsumen di Indonesia di era digital ini masih rendah terutama akibat pengalaman penipuan pada saat menggunakan layanan digital. Menurut *Digital Trust Index* atau Indeks Kepercayaan Digital, bagian laporan *Fraud Management Insights 2017* yang baru dikeluarkan oleh *Experian* dan IDC, sebuah firma penelitian pasar ICT dan *advisory* terkemuka, mengungkapkan maraknya tingkat penipuan di Asia Pasifik terlihat jelas.

Setidaknya terdapat satu dari lima orang yang pernah mengalami penipuan secara langsung, sementara satu dari tiga orang atau kerabat terdekat mereka pernah terkena dampaknya. Tingginya tingkat penipuan, yang diantisipasi oleh

² <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/23/9-kegiatan-masyarakat-indonesia-ketika-mendapat-akses-internet>

studi tersebut hanya akan meningkatkan seiring dengan penggunaan layanan digital yang terus berkembang, dapat berefek negatif kepercayaan konsumen.

Hal ini tentunya akan menyulitkan negara ekonomi berkembang seperti Indonesia karena tingginya kasus penipuan yang terjadi. Seperempat dari total jumlah masyarakat Indonesia secara langsung pernah merasakan dampak penipuan, sementara 1 dari 2 orang pernah mengalami penipuan pada diri mereka atau orang-orang yang mereka cintai. Meliputi 10 pasar diseluruh Asia Pasifik, laporan ini mensurvei 3.200 konsumen dan lebih dari 80 organisasi jasa keuangan, telekomunikasi dan sektor ritel (secara kolektif disebut penyedia layanan), yang masing-masing memiliki pendapatan setidaknya US\$10 juta. Negara-negara yang disurvei meliputi Australia, Tiongkok, Hong kong, India, Indonesia, Jepang, Selandia Baru, Singapura, Thailand dan Vietnam.

Hasil studi menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kepercayaan terhadap layanan digital terbilang rendah di seluruh wilayah, dengan nilai 3,2 dari 10,0. Perusahaan telekomunikasi mendapatkan nilai terendah dengan skor 2,1 dan jasa keuangan mendapatkan nilai tertinggi pada skor 4,9. Indonesia menduduki peringkat ke-10 dengan nilai rata-rata 1,8. Namun meski demikian, konsumen Indonesia memiliki tingkat toleransi lebih tinggi terhadap penipuan apabila dibandingkan dengan negara-negara Asia-Pasifik lainnya.

Akan tetapi, tingginya tingkat penipuan yang disertai layanan pasca-penipuan yang buruk, merupakan hambatan utama dalam membangun kepercayaan yang lebih tinggi. Seperti Vietnam, Indonesia dilaporkan sebagai negara yang memiliki

tingkat penipuan tertinggi dan sektor keuangan diamati sebagai sektor yang paling terpercaya dibandingkan industri lainnya.

Tabel I.1

Hasil studi mengenai kepercayaan terhadap layanan digital

Peringkat	Negara	Nilai <i>Digital Trust Index</i>
1	Selandia Baru	4.2
2	Jepang	4.1
3	Australia	3.8
4	India	3.3
5	Tiongkok	2.8
6	Vietnam	2.5
7	Hong Kong	2.5
8	Thailand	2.3
9	Singapura	2.3
10	Indonesia	1.8

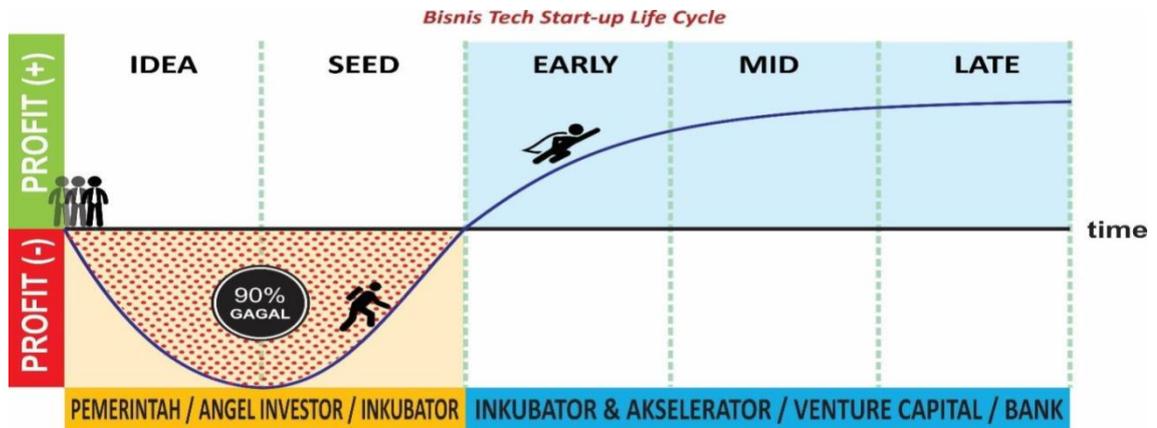
Sumber : *Digital Trust Index*

Pendanaan saat ini menjadi hal yang sangat umum dibutuhkan *Start-up* untuk akselerasi. Bagi *Start-up* pendanaan dapat dimanfaatkan untuk berbagai hal, seperti untuk hasil dari menyewa kantor yang lebih luas, membayar pekerja, serta menyiapkan dana untuk pemasaran, dan sebagainya. Pendanaan sebagai investasi *Start-up* sendiri sebenarnya dapat didefinisikan lebih luas. Biasanya terbagi menjadi dua hal: 1. Pendanaan dari hasil tabungan atau dari keluarga, Istilah ini bisa digunakan *Start-up* sebagai *bootstrapping*, yaitu menggunakan dana pribadi untuk tahap awal kelangsungan *Start-up*. 2. Dengan mencari investor sebagai

bagian dari usaha investasi *Start-up* untuk mendapatkan dana dengan pembagian kepemilikan dalam *Start-up*.

Kewajiban Pelayanan Universal (*Universal Service Obligation/USO*) telah diatur didalam Undang-Undang Nomor 36 tahun 1999 tentang telekomunikasi pasal 16 yang berbunyi : 1) Setiap penyelenggara jaringan telekomunikasi dan atau penyelenggara jasa telekomunikasi wajib memberikan kontribusi dalam pelayanan universal. 2) Kontribusi pelayanan universal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Berbentuk penyediaan sarana dan prasaran telekomunikasi dan atau kompensasi lain. (3) Ketentuan kontribusi pelayanan universal sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dana USO yang didapat oleh pemerintah berasal dari berbagai perusahaan telekomunikasi yang diperuntukkan untuk membangun sarana infastruktur. Dana USO biasanya ditarik sebesar 1.25% dari pendapatan pelaku usaha. Pendanaan USO ini menargetkan pelaku UMKM atau *Start-up* yang tempat tinggalnya termasuk ke dalam kategori tertinggal, terdepan dan terluar maka bisa mendapatkan dana USO. Sasaran program USO adalah *Digital Divide* yakni program yang akan mendukung dalam mengurangi kesenjangan digital. Pendanaan USO sangat dibutuhkan oleh *Start-up E-Commerce* dikarenakan skema pembiayaan pemerintah ditargetkan bagi pelaku *Start-up* yang masih berada pada siklus *Valley of Death*.



Gambar I.3

Bisnis Tech Start-up Life Cyle

Pelaku usaha *E-Commerce* masih dalam tahap *Idea* dan *Seed* dan belum mempunyai keuntungan (*Profit*). Pada tahap siklus ini lembaga pendanaan seperti *Venture Capital*, bank atau lembaga keuangan non-bank belum mau melakukan penyertaan modal dan/atau memberikan pinjaman. Bantuan dana USO yang diberikan pemerintah dalam siklus ini sebagai jembatan (*Bridging*) untuk memfasilitasi dan membawa pelaku usah bisnis *Start-up E-Commerce* kepada *Start-up Life* berikutnya, yaitu siklus dimana pelaku bisnis *Start-up E-Commerce* sudah mempunyai keuntungan, pada saat ini pendanaan swasta sudah mau terlibat (Siklus *Early, Mid and Late*).

Pelaku UMKM dan *Start-up* yang ingin mengajukan dana USO maka tak perlu repot karena sekarang sudah ada aplikasi e-USO. Aplikasi ini bisa menangani proposal USO/KPU yang digunakan sebagai rekapitulasi dan basis data proposal pengajuan atau usulan program Kewajiban Pelayanan Universal (KPU/USO) bagi

seluruh Pemda dan Kementrian/Lembaga RI (sebagai pengguna). Dengan menggunakan aplikasi ini, pengguna bisa menambah usulan yang baru masuk, terverifikasi dan diterima menurut kategori-kategori tertentu. Aplikasi ini mencakup data usulan pembangunan menara seluler (BTS) data usulan pengadaan akses internet dan usulan lainnya. Kini e-USO sudah terdapat di 34 provinsi di Indonesia, dulunya pengusulan program KPU/USO dilakukan secara manual lewat pemerintah daerah dengan menyerahkan proposal usulan dan kelengkapannya ke Kementerian Komunikasi dan Informatika, Direktorat Pengembangan Pita Lebar, Ditjen PPI. Dan kini program pembangunan BTS dan penyedia akses internet pun bisa diusulkan secara online.

Transaksi bisnis online (*E-Commerce*) semakin menjamur di Indonesia. Bahkan pada tahun 2020 transaksi *E-Commerce* bisa mencapai hingga USD130 miliar. Dari jumlah itu maka Direktorat Jendral Pajak (DJP) bisa menggali potensi penerimaan dari bisnis *E-Commerce* tersebut. Pemerintah menegaskan tidak ada perbedaan perlakuan perpajakan antara *E-Commerce* dan transaksi perdagangan dan/atau jasa lainnya. Berdasarkan proses bisnis dan *revenue* model, maka transaksi *E-Commerce* terbagi atas empat model bisnis *E-Commerce*, yaitu *online marketplace*, *classified ads*, *daily deals* dan *online retail*. *Online retail* adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh penyelenggara *online retail* kepada pembeli di situs *online retail* pajak penghasilan (PPh) *E-Commerce online retail* ini adalah ketentuan atas objek pajak, subjek pajak, dasar hukum, tarif, pemotong/pemungutan Pajak Penghasilan *E-Commerce online retail*: Objek Pajak Penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan

objek PPh. Apabila penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa merupakan objek pemotongan/pemungutan PPh.

Subjek Pajak orang pribadi atau badan yang memperoleh penghasilan dari penjualan barang dan/atau penyediaan jasa. Penjual barang atau penyedia jasa dalam contoh proses bisnis *online retail* adalah Penyelenggara *Online retail*. Menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia DJP dalam bukunya *Lebih Dekat Dengan Pajak*. Pajak merupakan sumber utama penerimaan Negara, tanpa pajak, sebagian besar kegiatan Negara tidak dapat dilaksanakan. Dalam memenuhi kepatuhan wajib pajak di atas, pemerintah terus memaksimalkan pengupayaan dari sektor perpajakan yang dikembangkan melalui penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 tentang Pajak final 1% untuk wajib pajak dengan peredaran bruto tertentu atau yang lebih umum disebut dengan PP No. 46 Tahun 2013. Peraturan ini berlaku bagi wajib pribadi dan badan selain Bentuk Usaha Tetap (BUT) yang memiliki peredaran bruto (omset) kurang dari atau sama dengan Rp. 4.800.000.000 pertahun Penerbitan PP No. Tahun 2013 ini pemerintah melirik sektor swasta yang dipastikan memiliki potensi yang besar untuk pemasukan pajak, yaitu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Pengertian pendapatan menurut Kartikahadi, dkk³ adalah: Penghasilan (*Income*) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Pendapatan merupakan kata kunci yang berpengaruh terhadap laporan

³ Kartikahadi, Hans Dkk, *Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba, 2012, h. 186

laba-rugi dan neraca. Pendapatan yang telah diakui akan menambah jumlah aset dan mengurangi liabilitas. Kata “pendapatan” sendiri digunakan dalam laporan laba-rugi yang dinyatakan sebagai pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Pendapatan tidak hanya berhubungan dengan jumlah namun juga dengan waktu. Oleh karena itu pengakuan pendapatan berpengaruh terhadap laporan keuangan.

Menurut PSAK 23, Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Lebih lanjut dijelaskan bahwa pendapatan hanya meliputi arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang diterima dan dapat diterima entitas untuk dirinya sendiri. Jumlah yang ditagih atas nama pihak ketiga, seperti pajak pertambahan nilai, bukan merupakan manfaat ekonomi yang mengalir ke entitas dan tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas. Oleh karena itu, hal tersebut dikeluarkan dari pendapatan. Demikian juga dalam hubungan keagenan, arus masuk bruto manfaat ekonomi meliputi jumlah yang ditagih atas nama prinsipal, yang tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas entitas. Jumlah yang ditagih atas nama prinsipal bukan merupakan pendapatan, yang merupakan pendapatan adalah komisi yang diterima.

Pengakuan dan Pengukuran menjadi permasalahan dalam menentukan pendapatan. Pengakuan pendapatan merupakan saat dimana sebuah transaksi harus diakui sebagai pendapatan perusahaan. Sedangkan pengukuran pendapatan adalah berapa besar jumlah pendapatan yang seharusnya diakui dari setiap

transaksi yang terjadi pada suatu periode tertentu. Permasalahan pengakuan dan pengukuran pendapatan saling terkait satu sama lain. Permasalahan ini akan selalu muncul apabila sebuah transaksi berhubungan dengan pendapatan. Pengakuan perlu dilakukan pada saat yang tepat atas suatu kejadian ekonomi yang menghasilkan pendapatan, begitu juga jumlah yang diakui haruslah diukur secara tepat dan pasti. Untuk mengatasi permasalahan diatas, maka disusunlah Standar Akuntansi Keterangan oleh Ikatan Akuntan Indonesia. Standar ini berlaku di Indonesia dan merupakan pedoman resmi yang digunakan perusahaan dalam penyajian laporan keuangan.

Agar dapat mengetahui lebih jelas akan pendapatan, pajak PP Nomor 46 tahun 2013 dan PSAK No. 23 di *Start-up E-Commerce* penulis memerlukan data-data untuk dianalisa. Oleh karena itu penulis merasa tertarik mengangkat sebuah karya ilmiah yang berjudul “**Analisis Pendanaan, PP Nomor 46 Tahun 2013 dan PSAK No. 23 pada *Start-up E-Commerce SandalStuff.*”**

Perumusan Masalah :

1. Bagaimana pendanaan pada *Start-up E-Commerce SandalStuff*?
2. Apa kendala yang dihadapi oleh *Start-up E-Commerce SandalStuff*?
3. Bagaimana penerapan PP Nomor 46 Tahun 2013 pada *Start-up E-Commerce SandalStuff*?
4. Bagaimana Penerapan PSAK Nomor 23 pada *Start-up E-Commerce SandalStuff*?

A. Tujuan dan Manfaat :

a) Tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui pendanaan pada *Start-up E-Commerce* SandalStuff.
2. Untuk mengetahui kendala apa yang dihadapi *Start-up E-Commerce* SandalStuff pada saat ini.
3. Mengetahui penerapan PP No 46 Tahun 2013 sudah diterapkan atau belum.
4. Mengetahui penerapan PSAK No 23 di SandalStuff sudah diterapkan dengan baik oleh *Start-up* atau belum.

b) Manfaat Penelitian:

1. Manfaat penelitian teoritis:

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pendanaan *Start-up E-Commerce*, penerapan PSAK No 23 di *Start-up E-Commerce* dan penerapan PP no 46 tahun 2013 di *Start-up E-Commerce*. serta dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang berminat dengan masalah serupa.

2. Manfaat penelitian praktis:

Memberikan masukan kepada *Start-up* untuk lebih patuh dalam membayarkan pajak sesuai dengan peraturan yang diberikan pemerintah.