

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

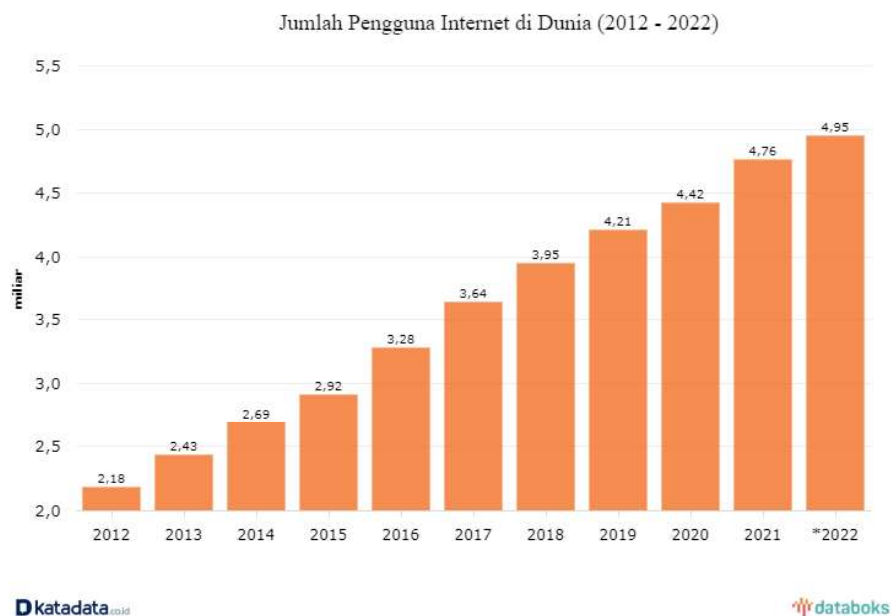
Perkembangan teknologi yang terjadi pada saat ini membawa perubahan yang cukup besar dalam kehidupan manusia. Pada dasarnya teknologi dapat mempermudah serta membantu pekerjaan yang dilakukan oleh manusia. Salah satu contohnya adalah perkembangan telepon genggam yang saat ini semakin canggih dan memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berbagai macam hal. Telepon genggam saat ini dikenal sebagai *smartphone* karena, kecanggihannya yang dimiliki oleh *smartphone* mampu memberikan fasilitas yang sangat beragam sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, *smartphone* juga dapat digunakan untuk menunjang kegiatan perekonomian yang dapat dimanfaatkan untuk memperoleh pendapatan. Salah satu cara untuk memperoleh pendapatan melalui *smartphone* yaitu memanfaatkan teknologi informasi dari media sosial.

Sejalan dengan modernisasi teknologi yang ada pada saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa internet merupakan tombak utama sebagai penggerak kehidupan manusia. Pengertian internet sendiri secara fisikteknologi merupakan rangkaian-rangkaian dari jaringan komputer dunia yang dapat menghubungkan para penggunanya.¹ Internet juga memiliki banyak kegunaan bahkan dianggap sebagai cakrawala dunia, dikarenakan pengguna internet dapat mengakses berbagai

¹ Febi Trafena Talika, "Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan", *E-journal "Acta Diurna"*, No. 1 Vol. V Agustus 2016. h.2.

macam informasi yang berkaitan dengan ekonomi, sosial bahkan politik sekalipun. Dengan adanya kemudahan mengakses informasi tersebut, penggunaan internet di dunia saat ini mengalami kenaikan yang cukup konsisten di setiap tahun. Berikut ini merupakan data grafik pengguna internet diseluruh dunia:

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet di Dunia (2012-2022)



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022>

Berdasarkan gambar grafik data di atas peningkatan pengguna internet di dunia mulai tahun 2012 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada bulan Januari 2022 tercatat pengguna internet sebanyak 4,95 miliar orang. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebanyak 4% dari tahun 2021 sebanyak 4,76 miliar orang pada Januari 2021. Pada tahun 2018 jumlah

pengguna internet sebesar 3,95 miliar kemudian meningkat 6,6% di tahun 2019 menjadi 4,21 miliar orang pengguna. Sementara pengguna internet terbesar di dunia yaitu wilayah Eropa Utara sebesar 98%, kemudian untuk pengguna internet di wilayah Asia Tenggara 72% dari jumlah penduduk. Sedangkan pengguna internet di Indonesia sendiri pada tahun 2022 sebanyak 204,7 juta pengguna mengalami peningkatan sebesar 2,1 juta antara tahun 2021 dan 2022. Meningkatnya pengguna internet setiap tahunnya tentu di latarbelakangi oleh berbagai macam faktor, diantara lainnya:

1. kebutuhan manusia akan keterbukaan informasi semakin meningkat,
2. kebutuhan ekonomi yang terus mengalami peningkatan hingga mendorong seseorang untuk berfikir lebih kreatif dan memunculkan inovasi-inovasi di bidang ekonomi dengan memanfaatkan internet
3. kemudahan yang diberikan kepada pengguna internet untuk berkomunikasi dengan tidak terikat jarak dan jangkauannya luas hingga seluruh dunia.
4. Internet sebagai media pembelajaran dalam lingkup pendidikan.

Dari berbagai macam manfaat internet bagi kehidupan manusia, internet juga berperan dalam proses perubahan kebiasaan manusia. Sebelum internet berkembang pesat seperti saat ini manusia masih melakukan berbagai kegiatan secara konvensional atau dikerjakan secara *offline*. Hadirnya produk internet yang sering disebut sebagai media sosial memungkinkan seseorang melakukan berbagai kegiatan dengan lebih efisien dan dapat dikerjakan secara *online*. Dengan begitu memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah.²

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi.

² Gunawan Saleh dan Ribka Pitriani, "Pengaruh Media Sosial Instagram dan Whatsapp Terhadap Pembentukan Budaya *Alone Together*", *Jurnal Komunikasi*, No. 2 Vol. 10 Desember 2018, h. 104.

Oleh sebab itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.³ dengan adanya media sosial yang terhubung dengan internet maka para penggunanya dapat melakukan berbagai macam kegiatan seperti *chatting*, mengirim gambar, mengirim lokasi terkini hingga *video call* dengan sesama pengguna media sosial. Seiring dengan berjalannya waktu, media sosial semakin populer dikalangan masyarakat desa hingga kota. Berikut grafik jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia (2015-2022)



Gambar 1.2. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015-2022)

Sumber: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Berdasarkan gambar data grafik diatas yang dilaporkan *We Are Social*, pengguna aktif media sosial di Indonesia mengalami peningkatan di setiap

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2015. h. 13.

tahunnya. Pada Januari 2022 pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang. Jumlah tersebut meningkat 12,35% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebanyak 170 juta orang. Kenaikan jumlah pengguna media sosial tertinggi mencapai 34,2% pada tahun 2017. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia hingga saat ini masih di pegang oleh *Whatsapp* dengan presentase mencapai 88,7% kemudian diikuti oleh *Instagram* dan *facebook* masing-masing memiliki presentase 84,8% dan 81,3% dan disusul oleh pengguna *Tik Tok* dan *Telegram* masing-masing dengan presentase 63,1% dan 62,8%.

Situs media sosial yang cukup terkenal khususnya bagi warga Indonesia anantara lain *instagram*, *facebook*, *twitter*, *youtube* dan lain sebagainya. Mereka memanfaatkan aplikasi tersebut untuk melakukan berbagai macam kegiatan seperti sarana komunikasi, sarana untuk promosi, forum diskusi, kegiatan perdagangan *online* atau yang biasa disebut *E-Commerce* dan kegiatan ekonomi lainnya. Dengan banyaknya manfaat media sosial memunculkan usaha-usaha baru berbasis internet, salah satu contohnya usaha lelang *online* melalui Instagram yang sedang marak digandrungi oleh masyarakat.

Aplikasi *Instagram* merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang cukup populer dikalangan masyarakat Indonesia khususnya para remaja. Penamaan aplikasi *Instagram* diambil dari kata “instan” dan “gram” dari kata telegram.⁴ Jadi dapat diartikan aplikasi *Instagram* merupakan sebuah aplikasi

⁴ Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan facebook dan Instagram*, Publishing House, Kuala Lumpur, 2016. hal.8.

yang dapat digunakan secara cepat dan mudah yakni dalam hal berbagi foto atau video. Dengan kemudahan tersebut banyak pengguna *Instagram* yang memanfaatkan aplikasi tersebut untuk melakukan kegiatan ekonomi salah satunya adalah lelang.

Menurut sejarah, lelang merupakan sebuah langkah yang digunakan untuk menjual suatu barang yang dilakukan sejak sebelum masehi.⁵ Di sisi lain lelang juga dapat dipahami sebagai kegiatan menjual barang dengan cara memberikan harga awal barang yang telah ditentukan oleh penjual, yang nantinya harga tersebut dapat ditawarkan dengan peserta lelang dengan harga tinggi untuk bersaing dengan peserta lainnya. Peserta lelang dengan penawaran harga tertinggi yang akan mendapatkan barang tersebut.⁶

Sumber keuangan utama untuk kelangsungan hidup bangsa Indonesia sebagaimana tercantum dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) berasal dari pajak.⁷ Menurut Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2000 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1997 tentang Penagihan Pajak Dengan Surat Paksa menyatakan bahwa lelang adalah penjualan barang dimuka umum dengan cara penawaran secara lisan dan atau tertulis melalui usaha pengumpulan peminat atau calon pembeli.

⁵ Adwin Tista, "Perkembangan Sistem Lelang Di Indonesia", *Jurnal Al'Adl*, No. 10 Vol. 5, Desember 2013, h. 46.

⁶ Nadya Rizky Nakayo, *Legalitas Lelang Yang Diselenggarakan Secara Online Melalui Aplikasi Yang Bukan Balai Lelang*, Tesis pada Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2020, h.1.

⁷ Iwan Suhardi, "Penyatuan Hukum Pajak Formal Dalam Sistem Hukum Pajak Nasional", *Jurnal Yuridika*, No. 1 Vol. 31, Januari 2016, h.30.

Lelang menurut M. Yahya Harahap adalah pelelangan dan penjualan barang yang diadakan dimuka umum dengan penawaran harga yang semakin meningkat, dengan persetujuan harga yang semakin meningkat, atau sebelumnya diberitahu tentang pelelangan atau penjualan, atau kesempatan yang diberikan kepada orang-orang yang diundang atau sebelumnya diberitahu tentang pelelangan atau penjualan, atau kesempatan yang diberikan kepada orang-orang yang berlelang atau yang membeli kesempatan yang diberikan kepada orang-orang yang berlelang atau yang membeli untuk menawar harga, meyetujui harga atau mendaftarkan.⁸

Menurut Roell yang dikutip oleh Rachmat Soemitro menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan penjualan umum adalah sebuah rangkaian peristiwa atau kejadian yang terjadi antara saat dimana seseorang akan menjual satu atau lebih dari suatu barang, baik secara pribadi atau dengan perantara kuasanya dengan cara memberikan kesempatan kepada orang-orang yang hadir untuk melakukan penawaran atas barang-barang yang telah ditawarkan sampai kepada saat dimana kesempatan lenyap, ditambahkan bahwa penjualan ini adalah secara sukarela kecuali jika dilakukan atas perintah hakim.⁹

Seiring perkembangan jaman lelang tidak hanya dilakukan secara konvensional yang mengharuskan kehadiran penjual dan peserta lelang. Saat ini lelang juga dapat dilakukan dengan metode *online* melalui media sosial yang memungkinkan antara penjual dan peserta lelang tidak bertemu secara langsung.

⁸ M. Yahya Harahap, *Ruang Lingkup Permasalahan Eksekusi Bidang Perdata*, Gramedia, Jakarta, 1998. h. 15.

⁹ Rachmat Soemitro, *Peraturan dan Instruksi Lelang*, Eresco, Bandung, 1987. h.107.

Lelang *online* melalui media sosial sangat beragam, mulai dari lelang pakaian, lelang batu permata hingga lelang mobil mewah. Sistem lelang *online* melalui media sosial adalah bidding, jadi pemilik akun lelang akan menampilkan foto barang yang akan dilelang, kemudian ditentukan harga awal dan jumlah bid setiap melakukan penawaran. Di Indonesia terdapat beberapa rekomendasi lelang *online* yang cukup dipercaya oleh masyarakat antara lain, prodiguer.id, Ichanauction, lelangkuyauction.official dan sebagainya. Saat ini, lelang *online* semakin berkembang searah dengan banyaknya pengguna media sosial di Indonesia. Dapat diartikan bahwa, keuntungan yang diperoleh pemilik akun lelang *online* lumayan tinggi. Sehingga dengan adanya hal tersebut, berpeluang besar untuk dikenakan pajak oleh negara. Karena pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang memiliki peran penting dalam menopang pembiayaan pembangunan dan menggambarkan kemandirian ekonomi.¹⁰ Pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya secara jelas bertujuan untuk mendapatkan profit sebanyak mungkin, namun dalam hal ini pemerintah perlu hadir meregulasi untuk kepentingan umum.¹¹

Berdasarkan Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia disebutkan bahwa “Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang”. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penarikan pajak tidak boleh dilakukan dengan sembarangan dan

¹⁰ Finny Tania Rachdianti, “Pengaruh Penggunaan E-Tax Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada Wajib Pajak Terdaftar di Dinas Pendapatan Daerah Kota Malang)”, *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, No. 1 Vol. 1, Juni 2016, h. 1.

¹¹ Kukuh Leksono, “*Analysis of Transfer Pricing as a Tax Avoidance and Proposesd Suggestion to Prevents Its Disadvantages*”, *Jurnal Yuridika*, No. 1 Vol 30., Januari 2015, h. 139.

harus terdapat dasar hukum yang mengaturnya. Pengertian pajak menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan bahwa Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung yang digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pengertian pajak menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H. menyebutkan bahwa pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.¹²

Berdasarkan pengertian pajak menurut ahli dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang dapat dipaksakan dengan ketentuan perundang-undangan dan tidak mendapatkan timbal balik secara langsung. Iuran yang dibayarkan oleh masyarakat tersebut nantinya akan digunakan untuk kepentingan umum seperti pemerataan pembangunan dan lain sebagainya. Disini masyarakat tidak saja dapat menentukan nasibnya sendiri melalui pemberdayaan masyarakat, melainkan yang utama adalah berupaya untuk memperbaiki nasibnya sendiri.¹³ Namun, kesadaran masyarakat yang telah berpenghasilan untuk membayar pajak masih sangat rendah. Hal tersebut dapat terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor,

¹² Mardiasmo, *Perpajakan*, Salemba Empat, Yogyakarta, 2011. h.1.

¹³ Sukardi dan Dri Utari C. R., “Kekosongan Hukum Jasa Usaha Kepelabuhan Akibat Pembatasan Obyek Retribusi Daerah”, *Jurnal Yuridika*, No.1 Vol. 29, Januari 2014, h.128.

sehingga membuat rendahnya kesadaran masyarakat akan kewajiban membayar pajak. Kewajiban membayar pajak merupakan tanda bukti sumbangsih masyarakat dalam pembangunan bangsa.¹⁴ Perlu diketahui bahwasannya, menurut Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh) penghasilan merupakan setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima secara terus menerus dari sumber penghasilan atau diperoleh wajib pajak atas seluruh penghasilannya.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan (PPh) subjek pajak adalah orang pribadi, warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak, badan, usaha tetap. Subjek pajak dibedakan menjadi dua yaitu subjek pajak dalam negeri dan subjek pajak luar negeri, berikut pengertian dari masing-masing subjek Pajak Penghasilan:

- a. Subjek Pajak Penghasilan (PPh) orang pribadi dalam negeri adalah Warga Negara Indonesia (WNI) dan Warga Negara Asing (WNA) yang menetap atau berdomisili di Indonesia selama lebih dari 183 hari dalam kurun waktu 12 bulan dan melakukan pekerjaan atau kegiatan ekonomi yang dapat menghasilkan pendapatan selama mereka berada di wilayah Negara Republik Indonesia. Namun, tidak semua WNI atau WNA dapat dikategorikan sebagai wajib pajak penghasilan. Yang tidak dapat dikategorikan sebagai wajib pajak penghasilan hanyalah WNI/WNA yang memiliki penghasilan di bawah Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP). Subjek Pajak Penghasilan (PPh) orang pribadi luar negeri adalah orang yang tidak bertempat tinggal di Indonesia dan tinggal kurang dari 183 hari di Indonesia dalam kurun waktu 12 bulan. Seseorang yang dikategorikan sebagai subjek Pajak Penghasilan pribadi luar negeri adalah orang yang melakukan usaha di Indonesia namun, dalam menjalankan usahanya dilakukan dengan cara pulang pergi dari luar negeri.

¹⁴ Muhammad Husein Maruapey, "Pajak dan Bela Negara", *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, No. 1 Vol. VI, Juni 2016, h. 91.

- b. Subjek Pajak Penghasilan (PPh) badan dalam negeri adalah segala jenis bentuk perusahaan yang melakukan kegiatan usahanya di Indonesia. Sebuah badan dapat dikategorikan sebagai subjek pajak penghasilan dalam negeri dan memiliki kewajiban untuk membayar pajak ketika perusahaan tersebut didirikan. Subjek Pajak Penghasilan (PPh) badan luar negeri adalah badan yang tidak didirikan di Indonesia namun menjalankan aktivitas usahanya di Indonesia hingga memperoleh penghasilan di Indonesia.
- c. Subjek Pajak Penghasilan (PPh) Warisan merupakan subjek pajak berupa warisan yang belum dibagi dan berpotensi menjadi penghasilan.
- d. Subjek Pajak Penghasilan (PPh) Badan Usaha Tetap adalah aset berupa tanah, gedung, mesin atau peralatan lainnya yang disewa atau digunakan oleh penyelenggara aktivitas usaha melalui internet. Kedudukan dari badan usaha tetap tidak harus berada di Indonesia. Bentuk badan usaha tetap meliputi: tempat kedudukan manajemen, cabang perusahaan, kantor perwakilan, gedung kantor, pabrik, bengkel, gudang, ruang untuk promosi penjualan, pertambangan dan penggalan sumber alam, wilayah kerja pertambangan minyak gas dan bumi, perikanan, peternakan, pertanian, perkebunan atau kehutanan, proyek konstruksi, instalasi atau proyek perakitan, orang atau badan yang bertindak selaku agen yang kedudukannya tidak bebas, agen atau pegawai perusahaan asuransi yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia yang menerima premi asuransi atau menanggung risiko di Indonesia, komputer, agen elektronik, atau peralatan otomatis yang dimiliki, disewa, atau digunakan oleh penyelenggara transaksi elektronik untuk menjalankan kegiatan usaha melalui internet.¹⁵

Berdasarkan penjelasan subjek Pajak Penghasilan (PPh) tersebut. Pemilik usaha lelang *online* dapat dikategorikan sebagai subjek Pajak Penghasilan (PPh) orang pribadi dalam negeri. Pemilik usaha lelang *online* memperoleh penghasilan dari kegiatan usahanya yang dijalankan di Indonesia. Penghasilan yang didapat pemilik usaha jasa lelang dapat dikatakan cukup tinggi tergantung barang yang di lelang dalam bentuk apa. Selain itu pada kondisi saat ini, negara Indonesia masih dilanda pandemi Covid-19 walaupun sudah sedikit berangsur membaik. Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan kondisi tersebut untuk menciptakan usaha-

¹⁵ Online Pajak, "Subjek Pajak Penghasilan: Orang Pribadi, Badan, Warisan dan BUT", *Online Pajak* (online), dalam <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/subjek-pajak-penghasilan>, diakses pada 20 September 2021.

usaha baru berbasis *online* yang dapat meminimalisir interaksi secara langsung. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelaku usaha yang memanfaatkan internet untuk menjalankan usahanya di masa pandemi Covid-19.¹⁶

Peran pemerintah dalam pengaturan pemungutan Pajak terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial sangat dibutuhkan, mengingat kegiatan bisnis berbasis *online* kini sedang mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Dengan fenomena maraknya bisnis berbasis *online* melalui media sosial atau kegiatan bisnis yang dilakukan secara daring, tentu didalamnya terdapat berbagai macam transaksi-transaksi antara penjual dan pembeli yang pada dasarnya jika sesuai dengan ketentuan dapat dikategorikan sebagai objek pajak. Dengan berlandaskan asas keadilan sepatutnya pelaku bisnis yang melakukan kegiatan bisnisnya secara daring diperlakukan sama dengan pelaku bisnis konvensional, yaitu dengan cara keduanya dikenakan pajak. Bahkan jika dibandingkan antara pedagang *online* dengan pedagang konvensional keuntungan pedagang *online* dapat lebih besar, dikarenakan pedagang *online* tidak adanya biaya sewa lapak atau tempat untuk menjual dagangannya, berbeda dengan pedagang konvensional yang harus menyewa tempat untuk menjual dagangannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, pembahasan dalam penelitian ini cenderung ke arah bagaimana legalitas kegiatan bisnis atau perdagangan berbasis daring khususnya lelang *online* melalui media sosial *Instagram* dan pengenaan

¹⁶ Tribun News, “Jualan Online Meningkat di Masa Pandemi, Persaingan Ketat, Ini Tips Agar Usahamu Menonjol”, *Tribun News* (online) dalam <https://www.tribunnews.com/lifestyle/2020/09/30/jualan-online-meningkat-di-masa-pandemi-persaingan-ketat-ini-tips-agar-usahamu-menonjol>, diakses pada 20 September 2021.

pajak penghasilan terhadap pelaku bisnis tersebut. Mengingat, belum terdapat peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus terkait lelang *online* melalui media sosial dan masih terdapat potensi untuk dikenakan pajak terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui *Instagram*, Oleh sebab itu penulis ingin membahas lebih lanjut mengenai “Pemungutan Pajak Penghasilan Terhadap Pemilik Usaha Lelang *online* Melalui Media Sosial *Instagram*”.

1.2. Rumusan Masalah

Dari hasil pemaparan latar belakang di atas, penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana legalitas lelang *online* melalui media sosial instagram?
2. Bagaimana ketentuan pengenaan pajak penghasilan terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui legalitas kegiatan usaha lelang *online* melalui media sosial Instagram.
2. Menganalisis pengaturan pemungutan pajak penghasilan terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial Instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik secara akademis maupun praktis bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Sebagai masukan dan referensi untuk penelitian-penelitian dan karya ilmiah yang relevan selanjutnya, serta memberikan wawasan keilmuan sesuai dengan keberadaannya sebagai kajian ilmu hukum khususnya berkaitan dengan pengaturan pengenaan Pajak Penghasilan (PPh) terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial instagram.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaturan pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial instagram.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana sosialisasi bagi masyarakat yang ingin terjun menjadi pemilik usaha lelang *online* atau sekedar menambah wawasan mengenai pengaturan pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial instagram.

1.5. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1.5.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam penelitian hukum ini adalah penelitian hukum normatif atau sering dikenal dengan penelitian hukum doctrinal. Menurut Terry Hutchinson “*doctrinal research: research which provides a systemic exposition of the rules governing a particular legal category, analyses the relationship between rules, explain areas of difficulty and, perhaps, predicts future development.*”

Penelitian doctrinal atau doctrinal research adalah penelitian yang menyediakan penjelasan secara sistematis mengenai aturan-aturan hukum yang mengatur sebuah kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antara sebuah aturan hukum dengan aturan hukum lainnya dan mungkin memprediksi pembangunan di masa depan.¹⁷

1.5.2. Pendekatan Masalah

Pengertian pendekatan menurut buku yang berjudul Penelitian Hukum karya Prof. Peter Mahmud Marzuki bahwa, terdapat lima pendekatan yaitu pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan historis (*historical approach*), pendekatan perbandingan (*comparative approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Dalam penelitian ini

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2016, h. 41.

menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan dikombinasikan dengan pendekatan koseptual (*conseptual approach*).

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah seluruh peraturan perundang-undangan dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang dihadapi dan mempelajari keterkaitan antara peraturan perundang-undangan.¹⁸ Tujuan dari penggunaan metode pendekatan ini untuk mengetahui peraturan perundang-undangan serta aturan hukum apa saja yang mengatur tentang pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial Instagram.

Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) adalah pendekatan yang digunakan dengan cara beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.¹⁹ Tujuan dari penggunaan metode pendekatan ini untuk menemukan alasan yang melatar belakangi pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial instagram.

1.5.3. Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

1. Bahan Hukum Primer

¹⁸ *Ibid.*, h.137.

¹⁹ *Ibid.*, h.177-178.

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas.²⁰ Dalam penelitian ini bahan hukum primer yang akan digunakan adalah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengaturan pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) serta ketentuan mengenai lelang, antara lain:

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 1945)
2. Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan (Lembaran Negara Tahun 2008 Nomor 133, Tambahan Lembar Negara Nomor 4893)
3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 246, Tambahan Lembar Negara Republik Indonesia Nomor 6736)
4. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573)
5. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4740)

²⁰ *Ibid.*, h. 181.

6. Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 89, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6214)
7. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.06/2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1601)
8. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 113/PMK.06/2019 tentang Balai Lelang (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 867)
9. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 189/PMK.06/2017 tentang Pejabat Lelang Kelas II (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1771)
10. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Pajak Atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (*E-Commerce*) (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 1855)
11. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 94/PMK.06/2019 tentang Pejabat Lelang Kelas I (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 667)
12. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 95/PMK.06/2022 tentang Besaran, Persyaratan Dan Tatacara Pengenaan Tarif Sampai

Dengan 0% (Nol Persen) Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak Yang Berlaku Pada kementerian Keuangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 585)

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi resmi tentang hukum. Dalam penelitian ini bahan hukum sekunder yang akan digunakan adalah buku literatur tentang hukum, jurnal-jurnal resmi tentang hukum, pendapat para ahli, skripsi, tesis, disertasi dan artikel atau berita di internet. Tujuan bahan hukum sekunder adalah melengkapi bahan hukum primer dan memberikan petunjuk kepada peneliti ke arah mana peneliti akan melangkah.²¹

1.5.4. Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Prosedur pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini diawali dengan mencari bahan hukum primer dan menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum. Langkah selanjutnya mengumpulkan bahan hukum sekunder dengan cara mencari buku literatur tentang hukum, jurnal hukum serta artikel yang terpercaya di internet dan validitasnya terbukti. Sehingga, dapat menjadi referensi bagi penulis dan membantu untuk melakukan penelitian yang akan diteliti oleh penulis sesuai topik penelitian. Bahan hukum yang telah terkumpul akan ditelaah dan dipelajari secara mendalam untuk menguatkan penelitian yang akan diteliti oleh penulis.

1.5.5. Analisa Bahan Hukum

²¹ *Ibid.*, h. 195-196.

Bahan hukum yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dianalisis secara deskriptif analitis dengan melihat permasalahan yang terdapat keterkaitan antara isu hukum dengan bahan hukum. Analisis ini dimaksudkan agar hasil dari penelitian ini berupa kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

1.6. Pertanggungjawaban Sistematika Penelitian

BAB I: PENDAHULUAN

Di dalam bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, pada metode penelitian terdapat tipe penelitian hukum, pendekatan masalah, sumber bahan hukum, prosedur pengumpulan bahan hukum, analisis bahan hukum, dan pertanggungjawaban sistematika.

BAB II: LEGALITAS LELANG *ONLINE* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Dalam bab ini, penulis membahas rumusan masalah yang pertama dengan cara membandingkan konsep lelang *online* melalui media sosial dengan lelang biasa pada umumnya. Kemudian mengkaitkan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku guna menentukan legalitas dari lelang *online* melalui media sosial instagram itu sendiri.

BAB III: KETENTUAN PENGENAAN PAJAK PENGHASILAN TERHADAP PEMILIK USAHA LELANG *ONLINE* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Dalam bab ini, penulis akan memaparkan mengenai rumusan masalah yang kedua terkait ketentuan peraturan perundang-undangan terkait pengenaan pajak penghasilan terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial instagram. pembahasan dalam bab ini akan membahas secara rinci bagaimana prosedur pengenaan pajak penghasilan terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial instagram dan membahas secara mendalam terkait dasar hukum penarikan pajak penghasilan terhadap pemilik usaha lelang *online* melalui media sosial instagram.

BAB IV: PENUTUP

Dalam bab ini, penulis akan membahas tentang kesimpulan atas jawaban kedua rumusan masalah yang telah dibahas dalam bab sebelumnya dan juga memberi saran terhadap isu hukum yang sedang dibahas.