

TERMINASI KEBIJAKAN PUBLIK TENTANG PERATURAN MENTERI KEUANGAN (STUDI KASUS PERATURAN MENTERI KEUANGAN NOMOR. 210/PMK. 10/2018 TERKAIT E-COMMERCE)

Armyn Gultom^{1,*}

¹Prodi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. KH.Ahmad Dahlan Cirendeui, 15419

*E-mail: armyngultom10@gmail.com

ABSTRAK

Pembuatan kebijakan publik secara umum terdiri dari tiga dimensi, yakni 1) dimensi isi substansi/konten kebijakan berkaitan dengan akar atau isi persoalan yang hendak diatasi. 2) dimensi proses kebijakan berkaitan dengan proses yang harus dilakukan untuk mengatasi atau mencapai tujuan kebijakan. 3) dimensi konteks kebijakan yaitu yang berkaitan dengan situasi dimana kebijakan itu dibuat atau berlangsung (Santoso, 2010:57). Ketiga dimensi itu dapat dipakai secara berimbang. Makalah ini lebih dominan pada kebijakan konteks terkait dengan PMK Nomor.210/2018 yakni pengaturan pajak untuk e-commerce. Kebijakan tersebut adalah kebijakan yang baru sebagai respon atas peningkatan e-commerce. Pemerintah memandang perlu membuat aturan perpajakan yang berlaku bagi semua pengusaha konvensional ataupun marketplace, sebagai pelaksana PMK tersebut adalah Direktorat Jenderal Pajak. Dalam variasi perubahan kebijakan publik yaitu inovasi, suksesi, pemeliharaan, dan terminasi. Tulisan ini berusaha mendeskripsikan, menjelaskan dinamika, dan bagaimana bisa terjadi terminasi atau kegagalan atas kebijakan PMK terkait e-commerce berdasarkan teori kebijakan publik. Dan sekaligus menawarkan solusi menghindari terminasi/kegagalan kebijakan publik.

Kata kunci: Kebijakan Publik, e-commers, Pajak.

ABSTRACT

Public policy-making generally consists of three dimensions, namely 1) the dimensions of the content of the substance / content of the policy relating to the root or content of the problem to be resolved. 2) the dimension of the policy process is related to the process that must be done to overcome or achieve policy objectives. 3) the dimension of the policy context, which is related to the situation in which the policy is made or takes place (Santoso, 2010: 57). The three dimensions can be used in a balanced manner. This paper is more dominant in context policies related to PMK No.210/2018, namely tax arrangements for e-commerce. This policy is a completely new policy as a response to the increase in e-commerce. The government considers it necessary to make taxation rules that apply to all conventional or marketplace entrepreneurs, as the implementer of the PMK is the Directorate General of Taxes. In a variety of changes in public policy, namely innovation, succession, maintenance, and termination. This paper seeks to describe, explain the dynamics, and how there can be termination or failure of PMK policies related to e-commerce based on public policy theory. And at the same time offering solutions to avoid termination / failure of public policies.

Keywords: Public Policy, e-commers, Tax.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan nilai ekonomi digital terbesar dan bertumbuh paling cepat di Asia Tenggara. Transaksi *e-commerce* di Indonesia berkembang pesat dalam tiga tahun terakhir. Kini terdapat sekitar 10 juta penjual aktif yang bertransaksi melalui *e-commerce*. Dimana sebagian besar merupakan pengusaha mikro dengan pendapatan kurang Rp. 300 juta tiap tahun. Survey Paypal menyatakan bahwa media sosial merupakan *platform* yang paling banyak digunakan dalam transaksi *e-commerce*. Menurut survey tersebut penggunaan media sosial dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia sebesar 80%. Media sosial yang paling banyak digunakan dengan porsi 92% adalah Facebook. Survey IdEA menyatakan bahwa 16 persen yang menggunakan *platform marketplace*, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee (detik.com 2019).

Ekonomi berbasis elektronik mempunyai potensi ekonomi yang tinggi bagi Indonesia dan merupakan salah satu tulang punggung perekonomian nasional. Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road MAP eCommerce) tahun 2017 – 2019 merupakan optimalisasi pemanfaatan potensi ekonomi berbasis elektronik. Sehingga pemerintah perlu mendorong percepatan dan pengembangan *e-commerce*, *start up*, pengembangan usaha, dan percepatan logistik dengan menetapkan Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) yang terintegrasi.

Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) Tahun 2017-2019 yang disebut Peta Jalan SPNBE 2017-2019. Peta Jalan SPNBE 2017-2019 adalah dokumen yang memberi arahan dan langkah-langkah penyiapan dan pelaksanaan perdagangan yang transaksinya berbasis serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Peta SPNBE 2017-2019 mencakup program

pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan sumber daya manusia, infrastruktur komunikasi, logistik, keamanan siber (*cyber security*), dan pembentukan manajemen pelaksanaan peta jalan SPNBE 2017 – 2019. Prinsip Peta Jalan SPNBE 2017 – 2019 terdapat empat prinsip. Pertama, keterbukaan bagi semua pihak. Kedua, kepastian dan perlindungan hukum. Ketiga, pengutamaan dan perlindungan terhadap kepentingan nasional dan usaha mikro kecil dan menengah serta usaha pemula (*start up*). Keempat, peningkatan keahlian sumber daya manusia pelaku *e-commerce* (Budi Prianto, 2017).

Dua model bisnis yang populer dalam spektrum ekonomi digital yaitu *e-commerce* dan *internet/online advertising*. *E-commerce* dapat diartikan penggunaan internet yang memfasilitasi transaksi yang melibatkan produksi, distribusi, penjualan, dan pengiriman barang dan jasa di sebuah pasar terbuka. *E-commerce* merupakan mekanisme transaksi jual beli atau perdagangan menggunakan fasilitas elektronik atau internet sebagai media komunikasinya. *E-commerce* merupakan tulang punggung dari ekonomi digital. Secara umum terdapat 4 (empat) model *ecommerce* yang telah ditetapkan oleh Ditjen Pajak pada Lampiran Surat Edaran Nomor SE62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-Commerce*, antara lain *Online Marketplace*, *Classified Ads*, *Daily Deals*, dan *Online Retail* (Brotodiharjo, 1982).

Tantangan pemajakan atas transaksi *e-commerce* di Indonesia adalah bahwa pemerintah belum mengatur mengenai transaksi yang penjualnya berasal dari luar negeri. Hal ini dikarenakan kendala identifikasi penjual berserta lokasi kantor berada. Sedangkan pajak penghasilan bisa dikenakan jika terdapat BUT di Indonesia. Di Uni Eropa, pengusaha yang menjual barang kena pajak di suatu negara diwajibkan membuka cabang dinegara tersebut agar dapat dipungut pajak.

Di Malaysia sudah ada aturan mengenai *withholding tax* untuk transaksi *e-commerce*, akan tetapi dalam penerapannya masih sulit.

PMK 210/2018 menimbang terkait perlakuan setara antara perdagangan *e-commerce* dengan konvensional serta kemudahan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan pelaku *ecommerce*. Peraturan perpajakan terkait dengan PMK 210/2018 antara lain UU Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, UU Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang (PPN) dan Jasa dan Pajak Penjualan Barang Mewah (PPnBM), UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UU Nomor 17 Tahun 2006 tentang Kepabeanan. Ruang lingkup PMK 210/2018 pengaturan perpajakan atas transaksi *e-commerce* ada dua. Pertama adalah PPN, PPnBM, dan Pajak Penghasilan atas transaksi didalam daerah pabean. Kedua adalah Bea Masuk d atas Impor Barang.

Perdagangan *e-commerce* didalam daerah pabean menurut PMK 210/2018 terdapat dua yaitu *platform marketplace* dan *platform* selain *marketplace*. *Platform* selain *marketplace* dapat berupa *online retail*, atau media sosial. Subjek perdagangan *ecommerce* atas barang dan/atau jasa didalam daerah pabean melalui *platform marketplace* antara lain penyedia *platform marketplace* dan pedagang atau penyedia jasa yang menggunakan fasilitas *platform marketplace*. Penyedia *Platform Marketplace* wajib memiliki NPWP dan dikukuhkan sebagai PKP. Pedagang atau penyedia jasa terdiri dari pedagang atau penyedia jasa yang telah dikukuhkan sebagai PKP dan belum dikukuhkan sebagai PKP. Pedagang atau penyedia jasa yang belum memiliki NPWP dapat mendaftarkan diri melalui aplikasi registrasi NPWP yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak atau penyedia *Platform Marketplace* serta

wajib memberitahukan Nomor Induk Kependudukan (NIK) kepada penyedia *Platform Marketplace*. PKP Pedagang atau PKP Penyedia jasa yang melakukan penyerahan barang kena pajak (BKP) dan/atau jasa kena pajak (JKP) secara *e-commerce* melalui *platform marketplace* wajib memungut, menyetor dan melaporkan PPN dan PPnBM. PPN terutang sebesar 10% (sepuluh persen) dari nilai transaksi penyerahan BKP dan/atau JKP. PKP Pedagang atau PKP .

Penyedia Jasa wajib membuat Faktur Pajak sebagai bukti pungutan PPN dan melaporkan dalam SPT Masa PPN setiap masa pajak melalui penyedia *Platform Marketplace*. Penyedia *Platform Marketplace* wajib melaporkan rekapitulasi transaksi perdagangan yang dilakukan oleh Pedagang dan/atau penyedia jasa melalui penyedia *platform marketplace* ke Direktorat Jenderal Pajak. Bentuk laporan dan tata cara mengenai rekapitulasi transaksi perdagangan diatur lebih lanjut dengan peraturan Direktur Jendral Pajak. Laporan rekapitulasi transaksi tersebut sebagai lampiran SPT Massa PPN.

Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah dan Pajak Penghasilan atas transaksi perdagangan dalam negeri melalui *e-commerce* pada pasal 4 dan pasal 5 menyatakan bahwa yang wajib memungut, menyetor dan melaporkan adalah penyedia *platform marketplace*. Regulasi perpajakan dalam PMK 210/2018 ini merupakan upaya pemerintah melakukan perluasan basis wajib pajak melalui *profiling* wajib pajak pada pelaku *e-commerce*. *Profiling* lebih diprioritaskan pada pelaku *e-commerce di marketplace*. Hal ini dikarenakan *platform marketplace* lebih mudah diukur dan dimonitor dibandingkan *platform - platform* media sosial. Sedangkan platform penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 80 persen. Dimana jumlah pelaku *e-commerce* melalui *platform marketplace* lebih sedikit dibandingkan melalui media sosial. Sehingga upaya *profiling* dan memperluas

basis pajak dari *merchant* dan pedagang yang notabene pengusaha mikro berpotensi sulit tercapai. Maka asas ekuualitas dan menyamakan level *playing field* antara sistem perdagangan online dan *e-commerce* tidak akan tercapai. Selain itu jika regulasi tidak efektif diterapkan untuk semua *platform e-commerce* dapat menimbulkan *unequal playing field* diantara *platform marketplace* dan media sosial.

Transaksi *e-commerce* melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* atau *Instagram*, juga belum diatur. Perlakuan perpajakan (PPH, PPN, PPnBM) untuk *online retail*, *classified ads*, *daily deals*, dan media sosial hanya disebut dilaksanakan sesuai ketentuan peraturan perpajakan. PMK ini juga tidak mengatur transaksi antara pengguna dan penyedia media sosial, termasuk mesin pencari. Misalnya, pemasangan iklan di *Facebook*, *Google* atau *Youtube*. Pemasangan iklan tersebut selama ini masih lolos dari ketentuan perpajakan, meski nilainya sangat besar. Walaupun tak ada jenis pajak baru di dalam PMK ini menimbulkan kebingungan terutama dari para pelapak yang notabene masuk kategori usaha mikro, kecil, dan menengah. Mereka berpikir akan terkena pajak setelah PMK ini terbit.

Regulasi perpajakan dalam PMK 210/2018 terkait kewajiban penyerahan NPWP dan NIK dalam upaya perluasan basis pajak bukan merupakan sarana satu-satunya. Perluasan basis pajak di era revolusi industri 4.0 harus menciptakan *equal treatment* antara *platform marketplace* dan media sosial. Perluasan basis pajak di era 4.0 dapat dilakukan melalui akses rekening dibank, edukasi masyarakat, menerbitkan peraturan lanjutan terhadap mekanisme pelaku *e-commerce*, insentif serta stimulus bagi pelaku *e-commerce*, skema PPN final dengan tarif lebih rendah dari tarif normal, kebijakan waktu berlakunya pajak *e-commerce* bagi *infant industry*. Penerapan PMK 210/2018 masih belum sejalan dengan (Perpres) No. 74/2017.

TEORI PERUBAHAN KEBIJAKAN

Menurut Hogwood dan Peters (1992) variasi perubahan kebijakan terdiri dari 4 (empat) tipe yakni: pertama, Inovasi kebijakan yaitu ada problem dan menempatkan kebijakan baru dalam kerangka yang ada dan instrument kebijakan yang baru. Kedua, suksesi kebijakan yaitu mengganti kebijakan yang sudah ada dengan kebijakan lain dan tidak ada perubahan fundamental yang terjadi. Ketiga, pemeliharaan kebijakan yaitu, penyesuaian agar kebijakan “on the track”. Keempat, Terminasi kebijakan yaitu, kebijakan dikurangi atau dihentikan, kebijakan mati, dan ada bekas kebijakan lama. Akan tetapi tulisan ini hanya berusaha menelaah variasi perubahan kebijakan dari terminasi kebijakan pajak pertambahan nilai pada perdagangan melalui sistem elektronik atau yang terkenal dengan *e-commerce* di Indonesia.

Pokok-pokok pengaturan dalam Nomor 210/PMK.010/2018

1. Bagi pedagang dan penyedia jasa yang berjualan melalui *platform marketplace*:
 - a) Memberitahukan Nomor Pokok Wajib Pajak kepada pihak penyedia *platform marketplace*;
 - b) Apabila belum memiliki NPWP, pengusaha dapat memilih untuk (1) mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP, atau (2) memberitahukan Nomor Induk Kependudukan kepada penyedia *platform marketplace*;
 - c) Melaksanakan kewajiban terkait PPh sesuai dengan ketentuan yang berlaku, seperti membayar pajak final dengan tarif 0,5% dari omzet dalam hal omzet tidak melebihi Rp4,8 miliar dalam setahun, serta
 - d) Dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) dalam hal omzet melebihi Rp4,8 miliar dalam setahun, dan melaksanakan

- kewajiban terkait PPN sesuai ketentuan yang berlaku.
2. Kewajiban penyedia platform marketplace:
 - a. Memiliki NPWP dan dikukuhkan sebagai PKP;
 - b. Memungut, menyeter, dan melaporkan PPN dan PPh terkait penyediaan layanan platform marketplace kepada pedagang dan penyedia jasa;
 - c. Memungut, menyeter, dan melaporkan PPN dan PPh terkait penjualan barang dagangan milik penyedia platform marketplace sendiri, serta
 - d. Melaporkan rekapitulasi transaksi yang dilakukan oleh pedagang pengguna platform.

Penyedia platform marketplace adalah pihak yang menyediakan sarana yang berfungsi sebagai pasar elektronik dimana pedagang dan penyedia jasa pengguna platform dapat menawarkan barang dan jasa kepada calon pembeli secara online.

Penyedia platform marketplace yang dikenal di Indonesia antara lain Blibli, Bukalapak, Elevenia, Lazada, Shopee, dan Tokopedia. Selain perusahaan-perusahaan ini, pelaku over the-top di bidang transportasi juga tergolong sebagai pihak penyedia platform marketplace.

3. Bagi e-commerce di luar platform marketplace:

Pelaku usaha yang melaksanakan kegiatan perdagangan barang dan jasa melalui online retail, classified ads, daily deals, dan media sosial wajib mematuhi ketentuan terkait PPN, PPnBM, dan PPh sesuai ketentuan yang berlaku.

TERMINASI PMK

Tulisan paling awal tentang subjek terminasi/kegagalan dipahami dari keberhasilan dan kegagalan kebijakan baik

sebagai masalah teknis murni yang dapat diselesaikan dengan mudah (Kerr, 1976; Wolman, 1981 dalam Michael Howlet, 2015), sebagai politik administrasi sebagai fenomena yang sangat kompleks. Masing-masing lensa pada kegagalan ini sangat berpengaruh tetapi tidak selalu membantu dalam memajukan pemikiran tentang subjek (Michael Howlet, 2015). Secara kolektif Michael Howlet berpendapat, “bahwa kegagalan kebijakan yang terus berlanjut dapat lebih dipahami dengan memeriksaberbagai faktor baik didalam maupun diluar subsistem kebijakan, termasuk sistem politik, kapasitas tata Kelola, dan tingkat ketidakpastian dalam pengetahuan dan praktik kebijakan yang diidentifikasi”.

Kajian terhadap kegagalan kebijakan, selain sangat urgen juga sangat menarik untuk dikaji, maka sangat wajar jika Christian Adam dan Michael W. Bauer, 2018 mengatakan “ Dalam konteks peristiwa yang terjadi diranah publik, penelitian tentang penghentian kebijakan publik dan penelitian yang berfokus pada penghentian organisasi public dibedakan. Kedua kategori terminasi terkait erat, dan merasa muncul dari asal intelektual yang sama, Tetapi penelitian tentang keduanya datang untuk menjawab pertanyaan yang berbeda, menggunakan strategi penelitian yang berbeda, dan secara jelas berhasil dalam menetapkan bidang studi khusus mereka”

Kegagalan kebijakan juga kerap terjadi karena sifat kebijakan publik yang sangat terpolitisasi, proses pengambilan keputusan yang mendasari tidak jelas, dan kemampuan yang terbatas untuk mempengaruhi perubahan (Marianna Fotaki, 2010). Meskipun telah diterima secara luas bahwa kebijakan publik sulit diterapkan, atau kebijakan publik seringkali gagal, akan tetapi Fotaki mempertanyakan asumsi tersebut dengan memperkenalkan ide-ide tentang subjek yang diinginkan dan tatanan sosio-simbolis yang diambil dari teori psikoanalitik.

Dalam konteks kegagalan PMK 210/2018, pemikiran Allan McConnell (Michael Howlet, 2015) sangat tepat dengan mengatakan “masalah mendasar dari kegagalan kebijakan adalah bagaimana pemerintah diseluruh dunia tampaknya dikutuk untuk menderita kegagalan kebijakan berkala”. Menghindari kegagalan seperti itu menurut McConnell adalah masalah yang rumit bagi pemerintah. Masalah utama misalnya adalah kebijakan yang sering ganda dan berpotensi tidak memuaskan. Misalnya, pemotongan belanja publik ditambah dengan pajak tambahan yang dikerahkan untuk tujuan menambah pendapatan/mengurangi utang dapat menimbulkan resiko kegagalan yang tinggi karena kesulitan dalam membangun koalisi dukungan yang diperlukan untuk Tindakan tersebut. Menariknya McConnell menyatakan, merancang kebijakan bukanlah ilmu pasti dan melibatkan penilaian tingkat tinggi pada tingkat sumber daya yang dibutuhkan, kelayakan dan kejelasan tujuan dan langkah- Langkah yang diperlukan untuk implemtasi yang efektif.

Dalam rangka menghindari kutukan kegagalan seperti disampaikan McConnell diatas, tampak pemerintah Indonesia melalui Menteri Keuangan menyakinkan publik di berbagai media bahwa pencabutan PMK 210/2018 itu didasarkan pada kesimpangsiuran informasi yang dikhawatirkan bakal membuat pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) enggan berdagang melalui platform markerplace. Penarikan PMK tersebut dimasudkan untuk meneri melakukan sosialisasi dan komunikasi yang lebih intensif dengan seluruh stakeholder, serta mempersiapkan infrastruktur pelaporan data e-commerce. Sri Mulyani juga menjelaskan”bahwa pencabutan itu dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk melakukan kordinasi dan sikronisasi yang lebih komprehensif antara kementerian dan Lembaga. Kordinasi dilakukan untuk memasatkan agar pengaturan e-commerce tepat sasaran,

berkeadilan, efisien, serta mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi digital dengan mendengarkan masukan dari seluruh pemangku kepentingan.

Bob Hudson, David Hunter & Stephen Peckham sangat jeli mengurai kontributor besar yang dapat di identifikasi; ekspektasi yang terlalu optimis, implementasi dalam pemerintahan yang tersebar, pembuatan kebijakan, dan liku liku siklus politik. Terkait dengan itu tulisan ini hanya menguraikan ekspektasi yang terlalu optimis dan dan pembuatan kebijakan kolaboratif yang tidak memadai dari penyebab kegagalan yang disebutkan diatas, karena sangat erat hubungannya dengan topik makalah ini, sekaligus dipandang tepat sebagai kritik atas pencabutan PMK 210/2018, pertama, optimisme yang berlebihan seperti yang menurut Bob dkk ada 5 (lima) factor yaitu kompleksitas, basis bukti (informasi yang objektif, akurat dan tepat waktu, skala waktu, manfaat dan resiko yang tidak memadai), kesalah pahaman paemangku kepentingan (optimisme tentang kaemampuan menyelaraskan pandangan yang berbeda); prilaku dan insentif, tantangan dan akuntabilitas. Dalam kaitan dengan fokus tulisan menpertimbangkan 3 (tiga) dari 5 (lima) faktor tersebut yaitu, kompleksitas, basis bukti, dan kesalahan pemangku kepentingan.

Kedua adalah kebijakan kolaboratif yang tidak memadai, hal ini dipandang sebagai kelemahan pembuat kebijakan dan kegagalan untuk membangun landasan Bersama untuk pemecahan masalah public melalui manajemen perbedaan yang konstruktif tetap menjadi salah satu alas an utama untuk kesulitan implementasi. Selain untuk tugas tugas yang paling sederhana, desain kebijakan membutuhkan Kerjasama yang berkelanjutan dengan berbagai pemangku kepentingan diberbagai tingkat politik, pembuat kebijakan, manajerial dan administarasi serta keterlibatan para palaku hilir, local seperti pengguna akhir, staf garis depan dan berbagai agen layanan local,

yang menurut Bob dkk, menekankan perlunya kebijakan dirancang sedemikian rupa sehingga menghubungkan para aktor secara vertical dan horizontal dalam proses kolaborasi bersama.

PENUTUP

Solusi yang ditawarkan untuk keberhasilan kebijakan atau menghindari kegagalan, dalam pandangan Bob dkk adalah sebagai berikut: Pertama, perlu persiapan kebijakan, hal tersebut dimaksudkan untuk memastikan para pembuat kebijakan lebih waspada terhadap praktik implementasi dengan meneliti kelayakan proposal kebijakan secara lebih hati-hati sejak awal yaitu pada saat mendesain kebijakan. Kedua, penelusuran kebijakan, yakni teori yang berkembang disini adalah tradisi positivis dengan asumsi bahwa fenomena sosial dapat dipisahkan dari konteksnya, bahwa pengetahuan tentangnya dapat dicapai melalui observasi empiris dan ekspresi kuantitatif. Ini merupakan pengambilan keputusan yang linier-rasional dimana tujuan yang tidak ambigu ditetapkan.

Ketiga, dukungan implementasi yaitu, melacak pencapaian kinerja, memastikan implementasi efektif, terutama jika kebijakan itu kompleks dan bersifat jangka Panjang. Keempat, tinjauan implementasi yaitu pasca implementasi adalah langkah terakhir dalam siklus dukungan kebijakan. Tentu saja, bagian ketiga dan keempat ini tidak termasuk dalam focus makalah ini, karena kebijakan PMK 210/2018 adalah kebijakan yang gagal di implementasikan, atau sudah dicabut sebelum dilaksanakan sama sekali. Meskipun peraturan serupa diterbitkan lagi pada tahun 2020 sebagai antisipasi deficit anggaran akibat pemebrian stimulus dimasa Covic-19 serta meningkatkan digitalisasi ekonomi, mendorong Pemerintah untuk menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 48/PMK.03/2020, sebagai sumber penerimaan baru, lihat Yanuar dan Listia (2020). Akan tetapi PMK ini tidak

menpunyai kesinambungan kebijakan dengan PMK 210/2018 yang telah dicabut.

Dalam perpektif lain, Peter J May menjelaskan perlunya mempertimbangkan tiga hal dalam proses pengambilan kebijakan, sehingga kebijakan tersebut berhasil atau tidak mengalami kegagalan yaitu: Pertama, Legitimasi adalah property psikologis dari suatu otoritas Lembaga, atau pengaturan sosial yang membuat mereka yang terkait dengannya percaya bahwa kebijakan itu pantas dan adil. Kedua, Koherensi kebijakan dapat dianggap sebagai konsistensi Tindakan dalam menangani serangkaian masalah kebijakan atau kelompok sasaran tertentu. Ketiga, ketahanan kebijakan, daya tahan kebijakan dapat dianggap sebagai kesinambungan komitmen politik dari waktu ke waktu.

Dari uraian diatas, bahwa pada PMK 210 tahun 2018 sangat tampak dengan jelas variasi kebijakan yaitu terminasi kebijakan, dimana kebijakan dikurangi atau dihentikan, kebijakan mati, dan ada bekas kebijakan lama. Maka dalam konteks PMK tersebut bahwa telah terjadi penghentian kebijakan dan kebijakan yang mati. Oleh karena itu, perlu peningkatan kesadaran bahwa kebijakan kebijakan tidak akan berhasil atau gagal karena kemampuan sepihak. Dalam sistem yang rumit dan berantakan, tidak jelas bagaimana memastikan rancangan kebijakan bisa berjalan efektif. Namun, membiarkan kebijakan menjadi gagal total atau Sebagian, pemerintah perlu menaruh perhatian pada cara-cara dimana proses kebijakan dapat diperkuat dan didukung oleh seluruh pemangku kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Christian, Michael W. Bauer, 2018, *Policy and Organizational Termination*, in : Thompson, William R. (ed): *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford Research Encyclopedias, Oxford: Oxford University Press.

- Budi Prianto. 2017, Buku Pintar Pajak Edisi 2. Jakarta.
- Brotodiharjo, 1982, Ilmu Hukum Pajak.. PT. Eresco. Jakarta .
- Fotaki, Marianna, 2010, *Why the public policies fail so often? Exploring health policy - making as an imigianary and symbolic construction*. Organization Studies Group, Manchsester Business School.
- Ganda C. Tobing dan Gallantino Farman. Pajak Dunia Bisnis Digital. Edisi 25. November 2015. Majalah InsideTax.
- Hudson, bob, David Hunter & Stephen Peckham, *Policy failure and the policy-implementation gap: Can Policy support programshelp*.2019, ISSN: (print) 2574-129
- Hendra Kusuma. 2019. Fakta-fakta Aturan Pajak e-Commerce yang Berlaku 1 April. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4382428/fakta-fakta-aturan-pajak-e-commerce-yang-berlaku-1april/2>, diakses tgl 17 maret 2019.
- May, J Peter, 2014, *Implementation Failures revisited: Policy regime perspectives*, University of Washington, Seattle, USA.
- Ramesh, dan Xun Wu. 2015. *Understanding the persistence of policy failures: the role of politics, governance and uncertainty*. Public Policy and Administration, Vol. 30 (3-4) 209-220.
- Yanuar Wahyu Widiyanto, dan Listia Sari Puspita, dalam Bappenas Papers Volume III No. 2 Sepember 2020.

