***Tax Sovereignty*, Negara Berdaulat Penuh atau Ikut Jadi Pelaku Pasar?**

“The Marketization of Tax Sovereignty”, begitulah judul jurnal yang ditulis Tsilly Dagan dari Oxford yang terbit di kanal SSRN. Judul itu sangat menggelitik. Bagaimana Tax Sovereignty yang selama ini saya pahami sebagai kekuatan otonom yang dimiliki negara dalam mengatur pajak, disandingkan dengan marketisasi. Istilah yang sangat dekat dengan ilmu ekonomi pemasaran.

Artikel yang ditulis Tsilly hendak memotret keadaan terkini. Sebuah negara nyatanya tidak pernah memiliki memiliki kekuatan penuh untuk mengatur kebijakan perpajakan di negaranya. Alasannya adalah karena negara itu juga harus memikirkan kebijakan negara lain di sekitarnya supaya dapat bersaing mencari *“potential customer”* yang sudi menginvestasikan uangnya.

Untuk menentukan aturan perpajakan yang dapat bersaing secara global. Aturan tidak lagi menjadi hal yang bisa dimonopoli untuk kepentingan dalam negeri saja, melainkan juga harus bisa “berkompetisi” di pasar global. Regulasi perpajakan akan dibuat sedemikian rupa sehingga dapat menjaring lebih banyak bisnis, investasi, hingga pelaku usahanya masuk ke suatu negara tertentu. Sebuah aturan yang tepat, akan membawa lebih banyak bisnis masuk. Lebih banyak bisnis yang masuk, berarti lebih banyak pula uang yang berputar di dalamnya.

Pada dasarnya sebuah negara mau tidak mau harus mengikuti arus untuk dapat bersaing dengan negara lain. Negara harus memposisikan diri sebagai pelaku pasar yang hendak memasarkan produk dalam negerinya. Ketika antar negara murni bersaing dan tidak ada perjanjian-perjanjian yang disepakati, maka akan terjadi perang tarif perpajakan. Perang ini cenderung berakhir tidak sehat untuk keberlangsungan perekonomian global karena seringkali memicu “perlombaan masuk jurang” *(race to the bottom).* Perang pajak justru beresiko membuat negara-negara berada dalam posisi *lose-lose situation*. Semua pihak dirugikan. Tidak ada yang menang.

Oleh karena itu, beberapa negara melalui forum-forum internasional mulai menyusun sebuah kesepakatan agar kebijakan-kebijakan pajak yang disusun dapat memicu persaingan yang sehat. Salah satunya adalah forum G20.

 Pemerintah Indonesia secara simultan menyuarakan pentingnya reformasi perpajakan internasional yang lebih adil lewat forum G20. Presiden RI Joko Widodo pada pidatonya di forum G20 di Roma 2021 silam, menyampaikan bahwa pemulihan global yang rapuh mengharuskan kita melakukan serangkaian dukungan kebijakan termasuk reformasi sistem perpajakan internasional yang lebih adil.

G20 kemudian melahirkan kesepakatan berupa Pilar I dan Pilar II pajak global. Anggota-anggota G20 berkomitmen menjalankan kedua pilar dimaksud mulai tahun 2024 mendatang. Merangkum berbagai sumber, Pilar I pada kesepakatan ini adalah *unified approach* yang bertujuan untuk memungut pajak multinasional, tanpa mempertimbangkan kehadiran fisik. Selama perusahaan mendapatkan manfaat ekonomi dari yurisdiksi atau negara terkait (*significant economic presence*) maka mereka harus membayar pajak. Sedangkan Pilar II mengatur mengenai *Global Anti Base Erosion (Globe)* yang memiliki tujuan mengurangi kompetisi tarif pajak. Pilar II juga bermaksud melindungi basis pajak yang dikenakan, melalui penetapan tarif pajak minimum secara global.

Melihat dari bukti nyata adanya forum-forum internasional yang didesain untuk merumuskan kebijakan perpajakan antar negara, kita bisa menarik benang merah. Bahwa benar saja, sebuah negara juga memainkan peran pemasaran dalam membuat kebijakannya. Seperti halnya prinsip dasar pemasaran yakni *mix 4P*,sebuah negara juga harus memperhatikan soal *Product, Price, Place, dan Promotion* saat akan “memasarkan kebijakan pajak”nya. *“Product”*nya berupa barang atau jasa, *“Price”*nya adalah harga jual yang bersaing, *“Place”*nya adalah negara itu sendiri, serta *“Promotion”* berupa kebijakan pajak yang menarik bagi para pelanggan potensial.

Negara kita Indonesia, memang juga memiliki daulat penuh untuk memungut pajak dari rakyatnya. Namun dalam kebijakannya, negara juga harus bertindak taktis, agar kebijakan pajaknya membawa dampak positif bagi perekonomian. Salah satunya dengan melihat kondisi global, termasuk tarif pajak dari negara lain. Hal paling penting adalah, setiap kebijakan pajak yang dikeluarkan pemerintah Indonesia harus dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.