

Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce

Ririn Puspita Sari

Magister Akuntansi Universitas Airlangga, Indonesia

Email: ririn49291@gmail.com

Abstrak

Salah satu potensi di bidang perpajakan adalah pajak atas transaksi e-commerce, potensi penerimaan pajak atas transaksi e-commerce sangatlah besar. Banyak kendala yang terjadi dalam pemungutan pajak atas transaksi e-commerce, hal tersebut menjadi tantangan bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam menentukan kebijakan perpajakannya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap kebijakan pemenuhan perpajakan atas transaksi e-commerce. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis. Penelitian ini mengkaji bagaimana kebijakan pemenuhan kewajiban perpajakan atas transaksi e-commerce. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa terdapat beberapa kondisi dimana transaksi e-commerce akan sulit dikenakan pajaknya. Sehingga Direktorat Jenderal Pajak memberlakukan Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-662/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce sebagai kebijakan untuk mengoptimalkan penerimaan negara atas Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPn) terhadap transaksi e-commerce. Selain itu sebaiknya Kementerian Keuangan membuat suatu kebijakan/peraturan mengenai prosedur transaksi online yang melibatkan minimal pihak-pihak seperti Penjual, Konsumen, Penjamin Keotentikan Data Penjual dan Pembeli, Payment Gateway dan bank Pembayaran.

Kata Kunci: Pemenuhan kewajiban perpajakan; transaksi e-commerce

Taxation policy on e-commerce transactions

Abstract

One potential in the field of taxation is the tax on e-commerce transactions, the potential tax revenue on e-commerce transactions is very large. Unlike the constraints that occur in tax collection on e-commerce transactions, it becomes a challenge for the Directorate General of Taxation in determining its taxation policies. The purpose of this research is to disclose the policy of fulfillment of taxes of e-commerce transactions. The research method used is descriptive analytical. This study examines how the policy of fulfilling taxation obligations on e-commerce transactions. The results of the study found that there are some conditions where e-commerce transactions will be difficult to tax. Therefore, the Directorate General of Taxation enacted the Circular Letter of the Directorate General of Taxation No. SE-662 / PJ / 2013 on the Affirmation of Taxation Provisions on E-Commerce Transactions as a policy to maximize state revenues on Income Tax and Value Added Tax on e-commerce. In addition, the Ministry of Finance should make a policy / regulation on the procedure of online transactions involving at least the parties such as Seller, Consumer, Guarantor Ke-Authentic-Seller and Buyer Data, Payment Gateway and Payment Bank.

Keywords: *Fulfillment of tax obligations; e-commerce transactions*

PENDAHULUAN

Perkembangan e-commerce di Indonesia beberapa tahun ini mengalami peningkatan cukup pesat. Sampai saat ini, tercatat lebih dari 1.500 startup di Indonesia. Pada 2016, Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) Republik Indonesia (RI) mencatat ada sekitar 93,4 juta pengguna internet di Indonesia. Sedangkan, pengguna smartphone ada sekitar 80 juta. Hal ini memberikan peluang baru untuk beberapa sektor, salah satunya ialah perpajakannya

Rao (2000) menyampaikan bahwa meningkatnya jumlah pengguna internet yang berdampak pada meningkatnya omset perdagangan elektronik ini nyatanya menimbulkan beberapa masalah dalam bidang keuangan, salah satunya adalah pajak penjualan internet. Perdagangan elektronik yang tidak mengenal batas geografis menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana peraturan perpajakan dalam mengantisipasi adanya penghasilan dari transaksi e-commerce, karena tanpa adanya regulasi perpajakan yang tepat atas transaksi e-commerce menyebabkan potensi penerimaan pajak atas transaksi e-commerce dapat menjadi hilang.

Penarikan pajak atas transaksi e-commerce bertujuan untuk menerapkan keadilan bagi semua Wajib Pajak, baik konvensional maupun e-commerce. Seperti dilansir laman resmi <http://www.pajak.go.id/>, pada dasarnya kewajiban Wajib Pajak pelaku bisnis e-commerce dan konvensional tidak berbeda. Kepala Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan Suahasil Nazara memastikan pengenaan pajak terhadap transaksi elektronik (e-commerce) akan berkaitan dengan tata cara, bukan kepada pengenaan pajak jenis baru.

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu) mengungkapkan telah memasukkan potensi penerimaan pajak dari perusahaan perdagangan elektronik (e-commerce) ke Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Perubahan (APBNP) 2017 (<https://www.cnnindonesia.com/>).

Baum (1999) menyatakan bahwa e-commerce sebagai suatu set teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. E-Commerce merujuk pada semua bentuk transaksi komersial yang menyangkut organisasi dan individu yang didasarkan pada proses dan transmisi data yang digitalisasikan, termasuk teks, suara dan gambar. Termasuk juga pengaruh bahwa pertukaran informasi komersial secara elektronik yang mungkin terjadi antara institusi pendukungnya dan aktivitas komersial pemerintah. Ini termasuk antara lain manajemen organisasi, negosiasi dan kontrak komersial, legal dan kerangka regulasi, penyusunan perjanjian keuangan, dan pajak satu sama lain. Electronic Commerce (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari Electronic Business (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission).

Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa pada umumnya, transaksi E-Commerce memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus sehingga mengakibatkan implikasi pajak yang agak rumit dari kegiatan tersebut. Hal ini terjadi karena transaksi elektronik antara e-merchant (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) dengan e-customer, (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara paperless transaction, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah paper document, melainkan dokumen elektronik (digital document).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan menyampaikan bahwa pasar E-Commerce berkembang pesat di Indonesia namun baru segelintir pelaku E-Commerce yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Menurut data yang diperoleh dari Direktorat Jenderal Pajak ada 1.600 (seribu enam ratus) sampling (pelaku E-Commerce) yang dicoba, dari jumlah itu ada 600 (enam ratus) yang belum teridentifikasi dan 1.000 (seribu) sudah teridentifikasi. Dari 1.000 (seribu) pelaku usaha baru 620 (enam ratus dua puluh) yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dari yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) itu sebagian besar sudah melaporkan tapi tidak diketahui dilaporkannya itu sudah sesuai fakta yang terjadi pada saat bertransaksi.

Menurut data yang ada di Direktorat Jenderal Pajak, nilai pasar dari suatu transaksi E-Commerce di Indonesia sudah mencapai Rp 96.000.000.000.000,00 (sembilan puluh enam triliun rupiah) pada tahun 2015 dan akan meningkat sampai Rp 288.000.000.000.000,00 (dua ratus delapan puluh delapan triliun rupiah) di tahun 2016 ini. Sejak tahun 2012, Direktorat Jenderal Pajak sudah melakukan kajian tentang E-Commerce. Pertama terhadap aspek-aspek perpajakan yang ada, sehingga mendapatkan apa yang harus dilakukan terhadap perkembangan dunia E-Commerce ini. Kedua membentuk tim di

Direktorat Jenderal Pajak yang terdiri dari tim untuk memutuskan peraturan-peraturan atau tatacara aspek perpajakannya, kemudian tentang pengelolaan, penggalan potensi pajaknya.

Menurut Wijaya (2013) berdasarkan beberapa sumber yang telah dikumpulkan, permasalahan e-Commerce dalam hal pengenaan pajak atas transaksinya adalah:

Tingkat anonimitas yang tinggi

Transaksi e-commerce sangat erat dengan penggunaan user identification yang susah diidentifikasi baik keaslian, keotentik-an dan keberadaannya, dengan adanya anonimitas tersebut biasanya pembeli/penjual mencari referensi pihak ketiga untuk membuktikan geliat atas user-id ini (baik penjual maupun pembeli)

Mudahnya untuk terjun dalam bisnis e-commerce.

Tidak ada aturan yang jelas untuk mengikat administrasi persyaratan/kriteria yang wajib dipenuhi untuk menjadi pelaku e-commerce, sehingga siapapun itu yang memiliki jaringan internet dapat melakukan transaksi e-commerce.

Transaksi Tanpa Batas Wilayah

Dengan menggunakan jaringan internet, semua batas wilayah kenegaraan dapat terhubung, sehingga dapat menyulitkan dalam penetapan besaran pungutan pajak yang berlaku di wilayah transaksi.

Transaksi Data Elektronik

Transaksi e-commerce sangat erat dengan pertukaran data elektronik. Data elektronik merupakan data yang tidak dapat begitu saja dipercayai baik isi maupun konten yang terkandung di dalamnya, karena dapat dengan mudah dihapus, direkayasa dan dimanupali tanpa ada rekam jejak yang jelas sehingga sulit untuk membuktikan keandalan datanya.

Transaksi e-commerce merupakan tema yang menarik untuk dibahas karena bentuk kegiatannya. Perubahan transaksi dari offline menjadi online akan sulit dilacak, apabila DJP hanya mengandalkan pada perdagangan secara fisik atau konvensional. Oleh sebab itu penelitian mengenai Kebijakan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce perlu dilakukan.

Teori Kebijakan

Marbun (2007) menyampaikan bahwa kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan satu pekerjaan, kepemimpinan dalam pemerintahan atau organisasi pernyataan cita-cita, tujuan prinsip atau maksud sebagai garis pedoman dalam mencapai sasaran. Sehingga kebijakan merupakan suatu rangkaian konsep yang dapat berupa aturan tertulis dan dasar rencana sebagai garis pedoman dalam mencapai sasaran. Sedangkan subarsono (2005) menulis dalam bukunya bahwa menurut Thomas Dye (1981) definisi kebijakan publik adalah apapun pilihan pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemerintah berhak menentukan pilihan aturan yang akan dibuat dimana aturan tersebut wajib untuk dilaksanakan. Oleh sebab itu keputusan keputusan yang dibuat harus mementingkan kepentingan rakyat.

Kebijakan pajak adalah salah satu bentuk kebijakan negara di bidang perpajakan. Menurut mansury (1999) kebijakan pajak dibagi ke dalam dua pengertian, yaitu berdasarkan pengertian luas dan pengertian sempit. Kebijakan pajak dalam arti luas adalah kebijakan untuk memengaruhi produksi masyarakat, kesempatan kerja, dan inflasi, dengan menggunakan instrumen pemungutan pajak dan belanja negara. Sedangkan pengertian kebijakan pajak dalam arti sempit adalah kebijakan yang berhubungan dengan penentuan siapa-siapa yang akan dikenakan pajak, apa yang akan dijadikan dasar pengenaan pajak, bagaimana menghitung besarnya pajak yang harus dibayar dan bagaimana tata cara pembayaran pajak yang terutang.

Selanjutnya Rosdiana dan Irianto (2012) menyatakan untuk membuat kebijakan fiskal harus didasarkan pada siapa yang akan dikenakan pajak, apa yang akan dijadikan dasar pengenaan pajak, bagaimana menghitung besarnya pajak yang harus dibayar, dan bagaimana tatacara pembayaran pajak yang terutang. Contoh kebijakan pajak ini, misalnya ketentuan mengenai diperbolehkannya penggunaan norma penghitungan penghasilan netto atau yang dalam literatur disebut sebagai presumptive tax atau deemed profit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama ini Ditjen Pajak juga mengamati perkembangan e-commerce yang terjadi di Indonesia. Masyarakat mengira bahwa tidak ada pajak atas transaksi e-commerce, padahal secara prinsip tidak ada perbedaan antara transaksi jual beli secara e-commerce dengan transaksi jual beli secara konvensional. Keduanya sama-sama harus dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Untuk itu, Ditjen Pajak akhirnya memberikan suatu penegasan, pelaku e-commerce juga harus memenuhi kewajiban perpajakannya melalui penerbitan SE-62. Peraturan tersebut pada intinya menegaskan bahwa setiap orang yang menerima penghasilan di atas threshold tertentu, maka ia harus dikenakan pajak, apalagi jika barang yang diperjualbelikan adalah termasuk jenis Barang Kena Pajak/Jasa Kena Pajak (BKP/JKP). Agar tidak membebani perusahaan e-commerce yang bersifat rintisan (startup), pajak PPh baru dipungut bila nilai pendapatannya melebihi Rp 4,8 milyar atau di atas batas Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) bagi usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, besaran pajak yang dibayarkan kepada negara tetap menganut sistem pelaporan mandiri (self assessment).

Kantor Pusat Ditjen Pajak juga telah melakukan sosialisasi terkait penegasan pemajakan atas transaksi e-commerce ini kepada kanwil-kanwil di beberapa wilayah maupun melalui kegiatan seminar atau konferensi yang telah dilakukan. Tujuannya tidak lain adalah agar masyarakat mengetahui dan lebih peka bahwa transaksi e-commerce memiliki kewajiban perpajakan yang sama dengan transaksi pada umumnya. Satu per satu, seperti yang pernah dilakukan pada tahun 2012 lalu. Dalam hal ini, Ditjen Pajak dapat mengecek secara langsung website atau situs e-commerce sehingga dapat mengetahui siapa pelaku e-commerce tersebut, ditambah lagi biasanya tercantum nomor rekening pihak penjual yang dapat mempermudah untuk mengetahui siapa yang menerima penghasilan tersebut.

Hingga saat ini, Ditjen Pajak telah mengecek 1500 data Wajib Pajak terkait e-commerce yang diperoleh melalui internet. Dari jumlah tersebut, hanya ada 1000 pelaku e-commerce yang memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan ternyata dari jumlah tersebut diketahui masih sedikit yang sudah melaporkan SPT (Surat Pemberitahuan), yaitu baru sekitar 50%. Itu pun Ditjen Pajak belum melakukan pemeriksaan mengenai kebenaran atas pelaporan SPT yang disampaikan. Dengan demikian, bisa terlihat kepatuhan pajak pelaku e-commerce di Indonesia masih sangat rendah.

Pajak atas transaksi e-commerce sesuai dengan SE-62 telah mempertegas bahwa tidak ada pajak baru dalam transaksi e-commerce. Sehingga tidak ada perbedaan dalam penerapan peraturan perundang-undangan perpajakan antara transaksi e-commerce ataupun konvensional. Oleh karena itu bagi penjual atau pembeli dapat dikenakan pajak sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang sudah ada.

Desain Penerapan dan Pemungutan Pajak terhadap Transaksi e-Commerce

Menurut Wijaya (2013) agar transaksi *e-commerce* dapat dipungut pajak dan dapat diselenggarakan dalam kondisi yang ideal, maka pihak pemerintah dalam hal ini Kementerian Keuangan sebaiknya membuat suatu kebijakan/peraturan mengenai prosedur transaksi *online* yang melibatkan minimal pihak-pihak seperti Penjual, Konsumen, Penjamin Keotentikan Data Penjual dan Pembeli, *Payment Gateway* dan bank Pembayaran.

Penjual, pembeli dan penjamin keotentikannya

Untuk mengurangi anonimitas dalam transaksi e-commerce, pihak penjual dan pembeli harus memiliki identitas yang dapat dipercaya. Sesuai dengan mandat UU Informasi dan Transaksi Elektronik, telah dikeluarkan aturan mengenai keberadaan institusi resmi Certification Authority yang kemudian disebut dengan CA sesuai dengan Permenkominfo Nomor 29/PERM/M.KOMINFO/11/2006 tanggal 2 November 2006 tentang Pedoman Penyelenggaraan Certification Authority. CA merupakan badan hukum yang berfungsi sebagai pihak ketiga terpercaya yang menerbitkan sertifikat digital dan menyediakan keamanan yang dapat dipercaya oleh para pengguna dalam menjalankan pertukaran informasi atau transaksi secara elektronik. Permenkominfo lebih menekankan pada keamanan dalam bertransaksi secara elektronik dan terkait dengan penggunaan data transaksi tersebut. Dengan perusahaan yang telah bersertifikasi oleh CA dapat terdeteksi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi e-commerce perusahaan, sehingga intensifikasi dan ekstensifikasi perpajakan dapat dilakukan dengan koordinasi aktif antara Kementerian Keuangan-DJP Kementerian Komunikasi dan Informasi-Otoritas CA dan Badan Pengawas CA. Transaksi e-commerce yang sulit dideteksi adalah orang pribadi yang

tidak memerlukan sertifikasi CA. Sebaiknya Kementerian Komunikasi dan Informasi bersama Kementerian Keuangan merumuskan kriteria tertentu untuk orang pribadi yang melaksanakan transaksi online, misalnya jumlah minimal berapa kali penjualan secara online, nilai penjualan minimal atau kombinasi keduanya (penjualan online tidak hanya yang bersifat kontinyu, tetapi juga yang bersifat insidental) untuk menetapkan batas minimal untuk wajib bersertifikasi dari CA, yang kemudian ditetapkan menjadi Wajib Pajak.

Payment gateway dan bank pembayaran

Untuk memaksimalkan pemungutan pajak pada transaksi online, Kementerian Keuangan-DJP harus bekerja sama dengan pihak ketiga, jika untuk otensifikasi WP dengan koordinasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informasi-Otoritas CA dan Badan Pengawas CA, maka untuk menguji perhitungan pajak adalah dengan bekerjasama dengan perusahaan payment gateway dan pihak perbankan sebagai Bank Pembayaran. Dalam transaksi e-commerce selain bekerjasama langsung dengan Bank (acquirer) untuk bisa mencharge kartu kredit konsumen, penjual dapat menggunakan third party company yang memiliki layanan untuk mencharge kartu kredit. Layanan yang dinamakan dengan Payment Gateway (paypal, verisign, payglobalone).

Cara mengoptimalkan penggunaan payment gateway dalam memaksimalkan pemungutan pajak atas transaksi online, langkah awalnya adalah pemerintah yang diwakili oleh Kementerian Keuangan dan Kementerian Komunikasi dan Informasi menjangkau sebanyak-banyaknya perusahaan payment gateway resmi dan kemudian bekerja sama dalam penggunaan data transaksi konsumen serta menetapkan perusahaan tersebut sebagai pemungut PPN masukan dan keluaran atas transaksi yang terjadi. Namun sebelum pelaksanaan kerjasama, terlebih dahulu perusahaan payment gateway tersebut disertifikasi oleh CA. Begitu juga halnya dengan Bank Pembayaran, dari jaringan payment gateway yang bekerja sama dengan pemerintah, sebaiknya sudah memfasilitasi pembayaran untuk seluruh bank baik konvensional maupun syariah yang ada di Indonesia. Dalam kaitannya dengan transaksi e-commerce, bank pembayaran tersebut mampu dan dapat bekerja sama dalam hal transparansi data transaksi konsumennya, jadi jika data transaksi yang diperoleh dari payment gateway tidak cukup, dapat diperoleh data alternatif dari Bank tersebut.

SIMPULAN

Dalam pernyataannya ke media, Kementerian Perdagangan mengakui bahwa kesulitan untuk menyusun PP e-commerce ini adalah mengenai pengenaan pajaknya. Apakah, atas transaksi berbasis e-commerce ini nantinya akan dikenakan pajak atau tidak. Sementara itu, Ditjen Pajak (DJP) dengan tegas menyatakan bahwa e-commerce adalah merupakan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya, tetapi hanya berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan saja. Sehingga, perlakuan pajak e-commerce sama dengan perlakuan pajak atas perdagangan lainnya, termasuk tidak ada aturan khusus perpajakan yang mengatur transaksi e-commerce ini. Yang menjadi tantangannya adalah bagaimana cara efektif untuk mengenakan pajak atas transaksi e-commerce ini.

Akan terjadi kondisi dimana transaksi e-commerce akan sulit dikenakan pajaknya. Kondisi pertama adalah tingkat anonimitas tinggi. Kedua, Mudahnya untuk terjun dalam bisnis e-commerce, sehingga siapapun itu yang memiliki jaringan internet dapat melakukan transaksi e-commerce. Ketiga, transaksi tanpa batas wilayah. Keempat, transaksi data elektronik tidak dapat begitu saja dipercaya. Untuk itulah, tantangan sebenarnya dalam mengenakan pajak transaksi e-commerce adalah bagaimana membuat aturan khusus yang mampu menangkap potensi pajak atas transaksi e-commerce dengan kondisi-kondisi tadi. Oleh sebab itu Kementerian Keuangan sebaiknya membuat suatu kebijakan/peraturan mengenai prosedur transaksi online yang melibatkan minimal pihak-pihak seperti Penjual, Konsumen, Penjamin Keotentikan Data Penjual dan Pembeli, Payment Gateway dan bank Pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

Fauzi, Yuliyanna. 2017. Pemerintah Masukkan Potensi Pajak e-Commerce di APBNP 2017. CNN Indonesia <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170905173347-78-239623/pemerintah-masukkan-potensi-pajak-e-commerce-di-apbnp-2017>. (Diakses 09 Januari 2018)

-
- Islami, Nur. 2017. Perkembangan e-Commerce di Indonesia Meningkat Cukup Pesat. KOMINFO https://kominfo.go.id/content/detail/10524/perkembangan-e-commerce-di-indonesia-meningkat-cukup-pesat/0/sorotan_media. (Diakses 09 Januari 2018)
- Yozami M. Agus. 2017. Kemenku: Pengenaan Pajak e-Commerce Terkait Tata Cara (<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5a0993960c952/kemenkeu--pengenaan-pajak-e-commerce-terkait-tata-cara>). (Diakses 09 Januari 2018)
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Direktorat Jenderal Pajak. Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE- 62/PJ/2013 TENTANG Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce.
- Baum, David. (1999). "Business Links". Oracle Magazine Vol. XIII.
- Marbun B. N. (2007). Kamus Politik (Edisi Revisi). Jakarta: Pustaka Sinar.
- Mansury, R. (1999). kebijakan Fiskal. Jakarta: YP 4.
- Rao, Subba Siriginidi. 2000. E-commerce: The Medium is The Mart. New Library World Volume 101 Number 1154.
- Rosdiana, Haula dan Irianto, Edi Slamet, 2012, Pengantar Ilmu Pajak: Kebijakan dan implementasi di Indonesia, Jakarta, Rajawali Press.
- Subarsono, 2005. Analisis Kebijakan Publik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijaya, Andy. (2013). Pemungutan Pajak atas Transaksi-Commerce (online). SCRIBD <https://id.scribd.com/document/182255936/Pemungutan-Pajak-atas-Transaksi-E-Commerce-pdf> (diakses 15 Januari 2018)