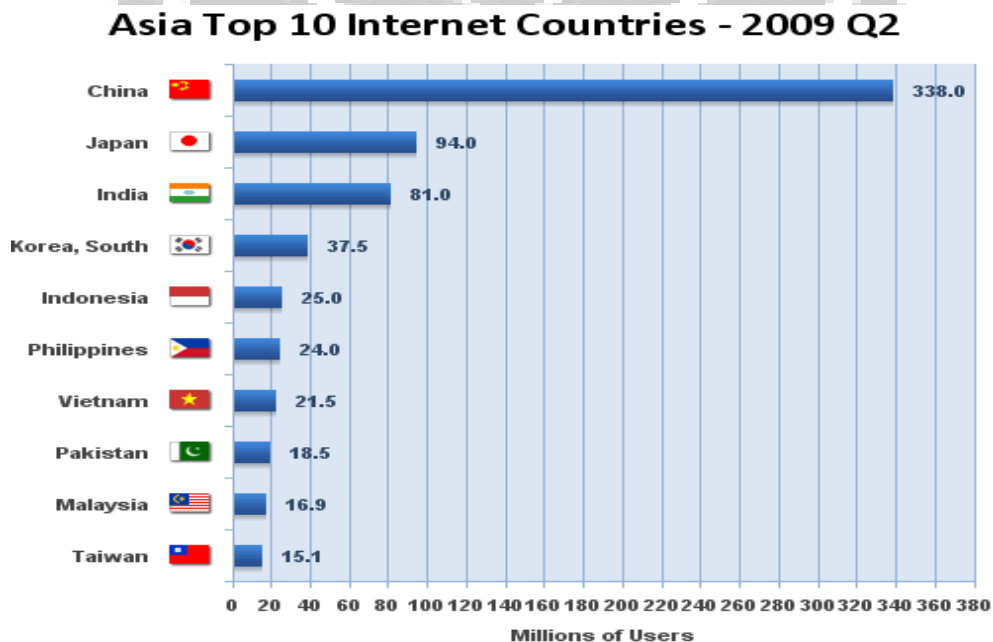


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Saat ini internet bukan lagi dianggap sesuatu yang sulit untuk ditemukan seperti dahulu. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia. Di Indonesia, pengguna internet dari tahun ke tahun terus meningkat melalui data besarnya pengguna jasa internet di Indonesia.



Gambar 1.1

Sumber: <http://internetworldstats.com/stats3.htm#asia>

Dari tabel tersebut, kita dapat melihat bahwa Indonesia merupakan Negara kelima di Asia yang memiliki pengguna internet terbesar di dunia setelah Cina, Jepang, India, dan Korea Selatan.

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi yang berlangsung cepat. Penemuan internet telah membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yaitu ekonomi digital (*digital economics*), yang berarti bahwa kegiatan ekonomi yang didasarkan pada proses dan transmisi data digital melalui media internet. Perdagangan dunia beralih dari perdagangan konvensional ke perdagangan yang lebih mengandalkan pada dunia internet. Diakui secara luas, bahwa dibandingkan dengan belanja di ruang nyata, berbelanja lewat internet merupakan hal yang mudah, nyaman, murah, dan efisien bagi konsumen. (Abdul Halim.B, 2009, hal. 34) Hal ini menyebabkan meluasnya transaksi penjualan dan pembelian melalui internet, yang biasa disebut dengan kegiatan *e-commerce*.

Dalam transaksi *e-commerce*, proses pemesanan dan pemilihan barang, penawaran harga, pembayaran transaksi, hingga ke pengiriman barang dikomunikasikan langsung melalui komputer atau internet sehingga tidak memerlukan kehadiran fisik (*physical presence*) pihak yang melakukan transaksi. *Elektronic commerce* lebih dari memesan barang dari katalog *on-line*. Ini melibatkan semua aspek interaksi elektronik menjadi organisasi dengan nya *stakeholder*, orang yang menentukan masa depan organisasi.(Richard T. Watson, Pierre Berthon, Leyland F., dan George M., 2007)

Secara umum *electronic commerce* dibagi ke dalam dua macam transaksi. Transaksi yang pertama adalah penjualan barang dan jasa yang dipesan secara elektronik dan dikirim secara fisik. Transaksi kedua adalah penjualan produk digital yang dipesan dan dikirim secara elektronik.(*Indonesian Tax Review*, 2002, Vol. 1)

Pada dasarnya *e-commerce* dapat dibedakan menjadi dua kategori yaitu: Business to Business *e-commerce* (B to B *e-commerce*), yaitu sistem komunikasi bisnis *on-line* yang dilakukan antar pelaku bisnis. Pada bisnis ini para pengamat *e-commerce* mengakui akibat terpenting adanya sistem komersial yang berbasis *web* tampak pada transaksi *Business to Business*. Kategori kedua yaitu *Business to*

Consumer e-commerce (B to C *e-commerce*), yaitu transaksi perdagangan yang dilakukan antar penjual barang atau jasa dengan konsumen.

Bagi negara berkembang seperti Indonesia, *e-commerce* berpotensi untuk mendorong pertumbuhan perekonomian. Sebagian besar kegiatan ekonomi di negara berkembang (*developing countries*) berasal dari sektor usaha kecil dan menengah (*small and medium business- UKM*) serta informal. Dengan *e-commerce* dimungkinkan bagi UKM untuk akses ke pasar global.

Seiring dengan perkembangan transaksi *e-commerce*, pada satu sisi memberikan dampak positif dimana para pelaku usaha dapat ikut menikmati pasar secara global tanpa perlunya kehadiran fisik. Namun pada sisi lainnya, *e-commerce* dapat mengakibatkan dampak negatif khususnya bagi negara-negara berkembang yaitu hilangnya potensi penerimaan pajak (*tax revenue forgone*) yang bersumber dari wilayah yurisdiksinya.

Perkembangan perdagangan elektronik membawa konsekuensi pada aspek perpajakan khususnya di negara sumber. Dengan adanya BUT, khususnya yang bertipe “*fixed place*” seperti gudang, kantor dan lain-lain memungkinkan negara sumber memiliki hak pemajakan primer. Namun dengan perkembangan *e-commerce* maka sebuah perusahaan dapat melakukan penetrasi ke sebuah negara tanpa kehadiran fisik karena dapat digantikan oleh *website* dan *server* sebagai intermediasi. Hal ini akan membawa kemungkinan terjadinya kehilangan pemajakan negara sumber atas kegiatan tersebut karena kegiatan tersebut tidak memenuhi kriteria *fixed place* untuk menjadi BUT. Hal tersebut dikarenakan ketentuan mengenai cakupan pemajakan atas penghasilan dari transaksi *e-commerce* yang masih minim diatur dalam Undang-undang domestiknya dan juga keterbatasan dari Otoritas Pajak (*Tax Authority*) negara-negara berkembang untuk mengadministrasikan dan mengawasinya.

Dampak lainnya dari perkembangan *e-commerce* adalah kemungkinan hilangnya BUT yang terbentuk dari agen yang berkedudukan tidak bebas (*dependent agent*). Kemajuan teknologi memungkinkan perusahaan untuk melakukan kegiatan perdagangannya di suatu negara tanpa melalui agen yang

Universitas Indonesia

bertindak atas nama perusahaan. Perusahaan dapat melakukan kesepakatan kontrak dan kegiatan lainnya secara *remote* dari tempat domisilinya tanpa *menghired dependent agent* di negara sumber. Hal ini mengakibatkan hilangnya hak pemajakan negara sumber karena kegiatan tersebut tidak memenuhi kriteria BUT. Dengan semakin canggihnya dan semakin mendominasinya kegiatan *e-commerce* maka kemungkinan negara sumber memiliki hak pemajakan melalui BUT menjadi semakin kecil.

1.2 PERMASALAHAN

Dengan berlakunya UU Nomor 36 tahun 2008 maka ketentuan mengenai aspek perdagangan internet (*e-commerce*) ditegaskan dalam pasal 2 ayat 5 UU PPh yang menyebutkan bahwa termasuk dalam BUT adalah komputer, agen elektronik, atau peralatan otomatis yang dimiliki, disewa, atau digunakan oleh penyelenggara transaksi elektronik untuk menjalankan kegiatan usaha melalui internet (selanjutnya disebut *dedicated server*). Pada dasarnya transaksi *e-commerce* bersifat tidak nampak (*intangible*) sehingga melalui definisi ini tampaknya DJP berusaha untuk “mewujudkan” transaksi tersebut kedalam hal yang nyata sehingga memenuhi kriteria BUT sebagaimana disebutkan dalam OECD berupa “*place of business*” namun definisi ini menurut penulis belum menjelaskan secara tegas komponen “*fixed*” sebagaimana disyaratkan OECD karena belum ditegaskan criteria batasan periode waktu tertentu sehingga suatu *server* menjadi “*fixed*”. Pemberlakuan pasal ini adalah untuk merespon semakin maraknya transaksi-transaksi *e-commerce* yang dilakukan WPLN di Indonesia. Ketentuan baru ini memberikan penegasan bahwa negara sumber adalah pemegang hak pemajakan primer atas penghasilan yang diterima *server* tersebut.” (I Wayan Agus Eka, 2009, <http://iwayanaguseka.wordpress.com>)

Maka dengan permasalahan diatas, maka peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan penelitian untuk merumuskan masalah ini, pertanyaan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kriteria *dedicated server* yang dapat dikatakan sebagai BUT di Indonesia?

Universitas Indonesia

2. Permasalahan apa saja yang timbul dalam penetapan *e-commerce* sebagai BUT di Indonesia?
3. Bagaimanakah model pemajakan *e-commerce* di Jepang yang dapat diterapkan di Indonesia?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan pokok diatas, penulis merumuskan tujuan penelitian, yaitu:

1. Menganalisis kriteria *server* dan atau *website* yang dapat dikatakan sebagai BUT di Indonesia.
2. Menganalisis permasalahan apa saja yang timbul dalam penetapan *e-commerce* sebagai BUT di Indonesia.
3. Menganalisis bagaimana model pemajakan *e-commerce* di Jepang yang dapat diterapkan di Indonesia.

1.4 SIGNIFIKANSI PENELITIAN

1. Signifikansi akademis

Dalam lingkup akademik, selain merupakan tugas akhir sebagai syarat kelulusan penulis, penelitian ini juga ditujukan untuk menambah wawasan bagi para akademis tentang kegiatan *electronic commerce* dalam penempatannya sebagai Bentuk Usaha Tetap di Indonesia. Selain itu untuk menambah pengetahuan tentang pemajakan atas *e-commerce* di Jepang.

2. Signifikansi Praktis

Untuk kepentingan praktis, diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam perumusan kebijakan terhadap penetapan Bentuk Usaha Tetap atas kegiatan *e-commerce* di Indonesia dan mengambil hal-hal yang positif dalam system pemajakan e-commerce yang telah ada di Jepang. Selain itu, bagi wajib pajak yang memiliki atau menjalani usaha atau berkecimpung

dalam kegiatan *e-commerce*, skripsi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai peraturan, penetapan dan permasalahan yang timbul dalam penetapannya sebagai Bentuk Usaha Tetap di Indonesia.

1.5 METODE PENELITIAN DAN JENIS PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif, dimana penulis akan mendapatkan data melalui proses wawancara kepada pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diangkat oleh penulis.

Sedangkan untuk jenis penelitian, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif, dimana penjelasan akan memberikan gambaran atau interpretasi yang spesifik dari situasi, kondisi sosial, atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau tentang kecenderungan yang sedang berlangsung.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing terbagi menjadi beberapa sub-bab, agar dapat mencapai suatu pembahasan atas permasalahan pokok yang lebih mendalam dan mudah diikuti. Garis besar penulisan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjabarkan Latar Belakang Permasalahan, Permasalahan dan Tujuan dan Manfaat Penulisan, serta menjabarkan mengenai Metode Penelitian yang digunakan penulis, yang terdiri dari pendekatan penelitian, jenis/tipe penelitian, metode dan strategi penelitian, hipotesis kerja, narasumber/informan, proses penelitian, penentuan *site* penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Selain itu, dalam bab ini juga diuraikan mengenai Signifikansi Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam bab ini penulis menjabarkan teori dan pemikiran dari literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian, dalam tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Menjabarkan mengenai metode penelitian yang digunakan penulis, yang terdiri dari pendekatan penelitian, jenis/tipe penelitian, metode dan strategi penelitian, hipotesis kerja, narasumber/informan, proses penelitian, penentuan *site* penelitian, dan keterbatasan penelitian.

BAB 4 GAMBARAN *E-COMMERCE* SEBAGAI *PERMANENT ESTABLISHMENT*

Dalam bab ini penulis akan mengungkapkan permasalahan dalam penetapan kegiatan *e-commerce* dalam kaitannya sebagai Bentuk Usaha Tetap dan gambaran pemajakan *e-commerce* di Jepang.

BAB 5 ANALISIS PENETAPAN *E-COMMERCE* SEBAGAI BUT DI INDONESIA, BERBAGAI PERMASALAHANNYA DAN TINJAUAN SISTEM ADMINISTRASI PEMAJAKAN *E-COMMERCE* DI JEPANG

Dalam bab ini penulis akan menganalisis criteria *server* dan atau website yang dapat dikatakan sebagai BUT di Indonesia, menganalisis permasalahan yang timbul dalam penetapan kegiatan *e-commerce* sebagai BUT di Indonesia dan menganalisis sistem administrasi pemajakan *e-commerce* di Jepang.

BAB 6 SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan penulis memberikan beberapa saran yang dianggap perlu.