

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber penerimaan negara terbesar berasal dari sektor perpajakan dan besarnya penerimaan pajak ini mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini :

Tabel I.1
Penerimaan Pajak 2002- 2007
(Dalam triliun rupiah)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Penerimaan Pajak termasuk PPh Migas	176,20	204,15	238,98	298,34	358,05	426,23
Pertumbuhan	12,82%	15,86%	17,06%	24,84%	20,01%	19,04%
Penerimaan Pajak tanpa PPh Migas	159,17	185,37	216,04	263,35	314,86	382,22
Pertumbuhan	19,60%	16,46%	16,55%	21,90%	19,56%	21,39%

Sumber : Ditjen Pajak
Selama 2007,

Direktorat Jenderal Pajak telah mengumpulkan penerimaan pajak sebesar Rp 426,23 triliun, atau naik Rp 68,18 triliun dari tahun sebelumnya. Penerimaan ini merupakan jumlah terbanyak yang dapat dikumpulkan selama lima tahun (periode 2002-2007), sedangkan untuk 2008, Ditjen Pajak menargetkan penerimaan pajak tumbuh 26,6 persen di atas penerimaan pajak tahun 2007 menjadi Rp 523,85 triliun (sudah termasuk PPh/ PPh dari migas) atau 483,90 triliun jika tidak memperhitungkan PPh migas. Itu artinya, kenaikan pertumbuhannya ditargetkan 26,6 persen lebih tinggi daripada penerimaan pajak 2007.

Seiring dengan perkembangan di dunia usaha yang semakin pesat, Pemerintah terus berupaya untuk menggali potensi-potensi perpajakan yang selama ini masih tersembunyi atau luput dari pengenaan pajak. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu meningkatkan penerimaan negara adalah adanya pihak yang memperoleh penghasilan pada peristiwa pelelangan.

Di Indonesia, lelang secara resmi masuk dalam perundang-undangan sejak 1908, yaitu dengan berlakunya *Vendu Reglement*, Stbl. 1908 No. 189 dan *Vendu Instructie*, Stbl. 1908 No. 190. Peraturan-peraturan dasar lelang ini masih berlaku hingga saat ini dan menjadi dasar hukum penyelenggaraan lelang di Indonesia.

Pengertian lelang tidak hanya sebagaimana yang disebutkan dalam peraturan pelaksana dari *Vendu Reglement* dan Keputusan Menteri Keuangan Nomor: 304/KMK.01/2002 tanggal 13 Juni 2002, namun juga pada Peraturan Menteri Keuangan Nomor 150/PMK.06/2007 tanggal 23 Nopember 2007 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 40/PMK.07/2006 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang. Menurut Peraturan Menteri Keuangan tersebut, Lelang adalah penjualan barang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis dan/atau lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi yang didahului dengan pengumuman lelang, sedangkan menurut Polderman sebagaimana dikutip oleh Sutardjo (1997) dalam makalahnya menyebutkan bahwa lelang adalah alat untuk mengadakan perjanjian atau persetujuan yang paling menguntungkan bagi si penjual dengan cara menghimpun peminat.

Pada intinya, lelang merupakan suatu model bisnis di mana pelakunya mengumpulkan barang dan mengharapkan permintaan yang tinggi dari peminat barang-barang tersebut. Alternatif lain bagi pelaku bisnis lelang adalah dengan mengelola dan mempertemukan barang (penjual) dengan peminat (pembeli), sehingga menjadi perantara dan mengenakan biaya transaksi atas jasa tersebut berdasarkan perhitungan/perjanjian.

Disisi lain, transaksi perdagangan melalui internet yang dikenal dengan istilah *e-commerce* terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet. Penggunaan internet yang dahulu hanya bisa diakses dengan menggunakan kabel, sekarang tanpa kabel pun orang bisa mengakses internet baik di kantor, rumah, *café*, hotel, bahkan di pantai pun orang bisa tetap mengaksesnya.

Menurut Turban (2000), pengguna internet di dunia pada tahun 2008 ini diperkirakan akan mencapai 750 juta orang, dimana 50%-nya akan membeli barang secara *online*.

*E-commerce*¹ didefinisikan sebagai pembelian barang dan jasa secara fisik atau bentuk elektronik, menggunakan peralatan komunikasi elektronik seperti *telephone*, komputer pribadi, *authomatic teller machine* (ATM), *smart card* atau *smart phone*, melalui saluran telekomunikasi seperti jaringan telepon publik tradisional, jaringan komputer, jaringan komunikasi bergerak dan sejenisnya. Secara singkat, *e-commerce* adalah cara untuk melakukan transaksi bisnis dengan menggunakan komputer dan jaringan telekomunikasi.

Aktivitas bisnis yang dilakukan dalam *e-commerce* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan aktivitas bisnis secara umum/konvensional, hanya medianya yang berbeda. Dengan hanya menggunakan satu media saja yaitu internet, transaksi bisnis melalui *e-commerce* dapat dilakukan oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun sehingga dapat meminimalisasi dari segi tenaga, biaya, maupun waktu. Seiring dengan perkembangan yang pesat dalam perekonomian dan dunia bisnis tersebut, sejak itulah mulai bermunculan situs web lelang *online*.

Bisnis lelang *online* menjadi dikenal di dunia pada saat *booming* era *dot com* pada periode tahun 1995-2001, yang mencapai klimaksnya pada tahun 2000. Pada saat ini, sektor internet sedemikian cepat bertumbuh dan perusahaan belomba-lomba ingin ikut menyandang nama belakang *dot com*. Mungkin tidak pernah dibayangkan sebelumnya, bahwa seorang ataupun sebuah perusahaan dapat menjadi besar dalam waktu singkat dengan hanya berawal dari sebuah situs. Era *dot com* melahirkan nama besar dan merubah perusahaan menjadi perusahaan raksasa dengan *capital* milyaran dollar, antara lain seperti : Hotmail (sekarang bernama MSN Hotmail Microsoft sebagai pemilik) yang merupakan salah satu service webmail pertama di internet, Amazon, Yahoo!, dan eBay.

¹ Eric Albarda, *Electronic Commerce-Caught in the Web : The Tax and Legal Implications of Electronic Commerce*; Fed PricewaterHouse, Deventer 1998, halaman 13

Perusahaan-perusahaan *dot com* mulai berguguran dengan penyebab antara lain terjadi penjualan saham besar-besaran perusahaan-perusahaan teknologi dan persiapan dalam menghadapi tahun 2000 (Y2K). Bagaimanapun, era *dot com* walau mengalami kejatuhan setelah terbang tinggi, telah berjasa menampilkan nama-nama yang sangat dikenal hingga saat ini, termasuk dalam bisnis lelang *online*. Situs web lelang online besar yang sudah tidak asing lagi namanya didunia maya hingga saat ini, antara lain adalah : eBay, eBit dan Bidorbuy.

eBay beralamatkan pada ebay.com, merupakan situs lelang *online* yang paling dikenal hingga saat ini, di mana jutaan barang tersedia pada situs eBay. eBay merupakan salah satu contoh situs lelang *online* yang berfungsi sebagai perantara, mempertemukan antara penjual dan pembeli dalam suatu wadah. Pada eBay, penjual mengatur minimal harga penawaran yang dapat dilakukan oleh penawar. Jika ingin melelang barang di eBay, penjual harus menentukan harga minimal yang diinginkannya. Kenaikan penawaran (*bidding increment*) ditentukan oleh eBay berdasarkan perhitungan dari harga penawaran tertinggi yang ditampilkan saat itu. eBay memperoleh keuntungan dari biaya-biaya yang dikenakan, misalnya biaya untuk menampilkan produk atau biaya saat sebuah produk terjual.

eBid, beralamatkan pada ebid.net, beroperasi pada sepuluh negara dan menggunakan sistem pembayaran online tersendiri, yaitu PPPay. eBid tidak mengenakan biaya untuk mendaftarkan item produk yang ingin dilelang, kecuali jika produk tersebut telah terjual. Salah satu fasilitas eBid adalah mengadakan Happy Hour Auction, di mana berlangsung dari jam 6:00 PM hingga 10:00 PM setiap harinya dan dibatasi sebanyak 20 pelelangan. Juga terdapat 60 Minute Auction, di mana pelelangan berlangsung dari jam ke jam dan dibatasi sebanyak 3 (tiga) pelelangan setiap jamnya.

Bidorbuy (baca: Bid or Buy) yang beralamatkan pada bidorbuy.co.za merupakan lelang online terbesar di Afrika Selatan. Seperti juga eBay dan eBid, Bidorbuy merupakan salah satu perusahaan yang mampu bertahan setelah era *dot com* melewati masa emasnya.

Di Indonesia, bisnis pelelangan mulai mengalami pertumbuhan bahkan sempat *booming* setelah Pemerintah pada tahun 1996 mengeluarkan deregulasi di bidang lelang (Keputusan Menteri Keuangan Nomor 47/KMK.01/1996 Tanggal 31 Desember 1996) dan diperbaharui dengan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 299/KMK.01/1997 tentang Balai Lelang.). Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan tersebut Pemerintah melalui Badan Urusan Piutang dan Lelang Negara (BUPLN) Departemen Keuangan Republik Indonesia memperkenankan berdiri dan beroperasinya **Balai Lelang Swasta**, dimana sebelumnya penjualan lelang hanya dilakukan oleh Kantor Pelayanan Piutang dan Lelang Negara (sebelumnya disebut Kantor Lelang Negara).

Deregulasi di bidang lelang dilakukan dengan tujuan memberi kesempatan pada para pengusaha untuk berusaha di bidang usaha jasa lelang melalui pendirian Balai Lelang, yaitu suatu badan usaha yang menjualkan barang milik orang lain dengan prosedur lelang, selain itu Pemerintah melihat pasar yang lebih luas bagi transaksi barang-barang milik swasta. Dengan adanya Balai Lelang Swasta (BLS) konsep lelang yang ideal seperti efisien (cepat), terbuka (transparan), dan kompetitif (harga bersaing) bisa diwujudkan. Konsep ini sesuai dengan konsep pasar bebas yang menuntut transparansi dan profesionalisme.

Balai Lelang Swasta memberikan jasa dengan menjualkan barang milik orang lain secara lelang, jasa tersebut meliputi jasa perbaikan, jasa nilai, jasa pemasaran dan lain sebagainya. Atas jasa yang diserahkan tersebut, Balai Lelang mendapat penggantian (*fee*) dari pemilik barang. Hal ini sejalan dengan uraian tentang transaksi Lelang *Online (Online Auctions)* berdasarkan hakekat ekonomi menurut *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* sebagaimana dikutip dari Mansury (2003), yaitu:

Provider memamerkan barang-barang yang dapat dibeli secara lelang. Pemakai (“*user*”) membeli secara lelang langsung dari pemilik barang dan tidak membeli kepada perusahaan yang mengoperasikan *web site*. *Vendor* membayar *provider* sejumlah persen dari harga penjualan atau suatu *flat fee*. Kegiatan ini sama dengan kegiatan Balai Lelang atau “*Auction House*”.

Indonesia harus siap dalam menghadapi perkembangan yang pesat dalam dunia bisnis pelelangan khususnya secara *online*. Besarnya potensi penerimaan pajak dan jangkauan luas yang melibatkan pelaku bisnis *online* tidak hanya di dalam negeri namun juga di luar negerilah yang membuat bisnis ini menarik.

Dari sisi ketentuan perpajakan dituntut untuk dapat mengantisipasi perkembangan bisnis yang terjadi saat ini sehingga bisa memberikan rasa keadilan dan kepastian hukum bagi para pelakunya sehingga tidak disalahgunakan dengan tindakan penghindaran pajak (*tax avoidance*). Keberhasilan dalam peningkatan perpajakan juga menuntut peran serta Wajib Pajak yaitu dengan kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakannya secara sukarela (*voluntary of compliance*). Kondisi inilah yang melatarbelakangi penulis untuk membahas aspek perpajakan yang dilakukan oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia, khususnya yang terjadi pada transaksi jasa lelang *online*, Adapun judul dari penelitian ini adalah : “ASPEK PERPAJAKAN ATAS TRANSAKSI JASA LELANG *ONLINE* OLEH BALAI LELANG SWASTA DI INDONESIA”.

B. Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan tesis ini membatasi masalah hanya pada pelaksanaan lelang secara tidak langsung melalui internet yang dilakukan oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia, sehingga pokok permasalahan penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

1. Bagaimana ketentuan Pajak Penghasilan yang berlaku saat ini mengenai transaksi jasa lelang *online* oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia ?
2. Bagaimana ketentuan Pajak Pertambahan Nilai yang berlaku saat ini mengenai transaksi jasa lelang *online* oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia ?

C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Tujuan dan Signifikansi dalam penelitian ini dirumuskan penulis sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui ketentuan Pajak Penghasilan yang berlaku saat ini mengenai transaksi jasa lelang *online* oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui ketentuan Pajak Pertambahan Nilai yang berlaku saat ini mengenai transaksi jasa lelang *online* oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia.

2. Signifikansi Penelitian

Signifikansi di bidang akademik, praktisi, dan pemerintah, adalah sebagai berikut :

- 1) Akademis, menambah bahan kajian dan menambah literatur bagi para pihak yang ingin menambah pengetahuan dalam transaksi jasa lelang *online* oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia.
- 2) Praktisi, yaitu berbagai pihak dalam masyarakat, khususnya Wajib Pajak, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai transaksi jasa lelang *online* oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia.
- 3) Pemerintah, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, sebagai bahan masukan mengenai aspek-aspek perpajakan dalam transaksi jasa lelang *online* oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia, sehingga dapat merumuskan peraturan perpajakan yang tepat dan menyeluruh di masa yang akan datang. Peraturan perpajakan tersebut diharapkan dapat mengurangi upaya penghindaran pajak (*tax avoidance*).

D. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini disusun dalam 5 (lima) bab, dengan ini masing-masing bab memiliki ringkasan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang latar belakang permasalahan yang menjadi alasan penulis mengangkat topik ini sebagai bahan penelitian. Disamping itu dalam bab ini akan diuraikan perumusan pokok permasalahan, tujuan dan signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN METODE PENELITIAN

Tinjauan literatur merupakan kerangka acuan berpikir berupa teori-teori yang akan digunakan untuk menganalisis penelitian. Selain akan itu akan diuraikan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penulisan tesis.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek yang dijadikan penelitian yang secara garis besarnya mencakup mengenai Balai Lelang hingga segala sesuatu yang berkaitan dengan pelaksanaan lelang *online*.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas analisis atas perlakuan perpajakan atas transaksi jasa lelang *online* oleh Balai Lelang Swasta di Indonesia .

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang menyimpulkan hal-hal penting dari kajian pembahasan topik utama penulisan ini secara menyeluruh berdasarkan pembahasan bab-bab sebelumnya. Dan sekaligus mencoba memberikan saran yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dari penulisan ini, yang dapat digunakan untuk membantu dalam setiap proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan topik utama penulisan ini.