

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penemuan internet merupakan revolusi besar dalam dunia komputer dan komunikasi. Dengan ditemukannya *telephone*, radio, televisi dan komputer telah terjadi tahapan baru dalam dunia komunikasi yang terintegrasi. Internet adalah sebuah alat penyebaran informasi secara global, sebuah mekanisme penyebaran informasi dan sebuah media untuk berkolaborasi dan berinteraksi antar individu dengan menggunakan komputer tanpa terhalang batas geografis. Internet adalah sebuah contoh yang sukses dari sebuah investasi, dedikasi dan komitmen untuk sebuah riset dan pengembangan infrastruktur informasi. Berawal dari sebuah riset yang dilakukan oleh pemerintah Amerika yang kemudian mulai dikembangkan oleh industri dan pada akhirnya akademi telah mengembangkan dan menyebarkan teknologi baru ini, sekarang istilah seperti *http://www.yahoo.com* telah dapat diucapkan oleh setiap orang di seluruh penjuru dunia dengan mudah. Berikut adalah beberapa pengertian dari istilah tersebut diatas :¹

1. *World Wide Web* sering disingkat sebagai WWW atau web adalah sebuah sistem dimana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara dan lain-lain dipresentasikan dalam bentuk *hypertext* dan dapat diakses oleh perangkat lunak yang disebut browser.
2. Browser adalah perangkat lunak untuk berselancar di internet, perangkat lunak (*software*) yang digunakan untuk mengakses *World Wide Web*. Kemampuan dari sistem ini diantaranya adalah menampilkan informasi yang terdapat pada suatu alamat di internet serta menuju halaman lain yang terkait yang disediakan oleh halaman tersebut.

¹ Jack Febrian, *Kamus Komputer dan Teknologi Informasi*, Informatika, Bandung, 2007, hal. 72-457

3. *Hypertext Transfer Protocol* disingkat HTTP adalah protokol yang berfungsi untuk mendefinisikan dan menjelaskan bagaimana *server* dan *client* berinteraksi dalam mengirim dan menerima dokumen web.
4. Protokol adalah kumpulan dari aturan-aturan yang berhubungan dengan komunikasi data antara alat-alat komunikasi supaya komunikasi data dapat dilakukan dengan benar.

Ketika anda mengetikkan suatu alamat pada internet browser anda, maka sebenarnya *web browser* akan mengirimkan perintah *Hypertext Transfer Protocol* disingkat HTTP ke *web server*. *Web server* kemudian akan menerima perintah ini dan melakukan aktivitas sesuai dengan perintah yang diminta oleh *web browser* (misalnya akses ke database, file, *e-mail* dan lain sebagainya). Hasil aktivitas tadi akan dikirimkan kembali ke *web browser* untuk ditampilkan kepada pengguna.

Pengaruh dari internet tidak hanya mengenai mereka yang berada di bidang teknologi informasi dan komputer saja, tetapi seluruh lapisan masyarakat yang telah memanfaatkan internet ini sebagai alat *online* untuk menyelesaikan berbagai macam tugas mereka seperti *e-commerce* dan perolehan informasi. Dalam dunia yang semakin berkembang yang ditandai dengan semakin majunya teknologi, maka mau tidak mau akan membawa pengaruh kepada semua tatanan sistem yang ada sekarang ini. Perdagangan elektronik atau yang umum disebut sebagai *electronic commerce (e-commerce)* merupakan salah satu dari bentuk kemajuan teknologi tersebut, yang telah ikut mengubah sistem perdagangan yang ada selama ini.

E-commerce didefinisikan sebagai transaksi pembelian dan penjualan barang dan jasa secara fisik atau bentuk elektronik, menggunakan peralatan komunikasi elektronik seperti *telephone*, komputer pribadi, *online kiosk*, *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.² Berikut adalah pengertian dari beberapa istilah tersebut diatas :³

1. *Authomatic Teller Machine* atau ATM adalah mesin teler otomatis. Mesin untuk pelayanan perbankan, mesin ini sanggup untuk melayani berbagai proses keuangan dengan bank tanpa harus berhadapan dengan manusia. ATM telah menjadi titik akses utama bagi layanan perbankan.
2. *Smart card* adalah kartu cerdas yang ditempeli chip komputer. Kartu ini adalah komputer pribadi yang dapat disimpan di dalam dompet. Kartu pintar ini sebenarnya adalah sebuah kunci yang dimasukkan ke sebuah station kerja, telepon kartu ATM, atau titik masuk lainnya, untuk mendapatkan layanan berbasis teknologi informasi. Memori kartu pintar ini dapat menyimpan informasi profil, neraca yang sudah diperbarui, dan fungsi pengamanan perusahaan.
3. Telephone. Tele = jauh, *phone* = suara adalah alat telekomunikasi yang dapat mengirimkan suara melalui sinyal listrik. Sebuah perangkat yang terdiri dari enam bagian utama. Gagang, *dialing circuit*, bel mikropon, speaker (perangkat untuk mendengarkan) dan kabel penghubung gagang dengan badan utama. Perangkat ini biasanya digunakan untuk berkomunikasi antar jarak yang berjauhan.
4. *Smartphone* adalah suatu kekuatan dan multi fungsi dari suatu handphone yang memasukkan fungsi-fungsi *Personal Digital Assistant* (PDA) seperti jadwal pribadi, kalender dan buku alamat sesuai dengan kemampuan mengakses internet dan menggunakan aplikasi sebuah *keypad* atau *stylus*. Sebagai tambahan pengguna *smartphone* dapat menjelajahi web, cek *email*, membuat dokumen, permainan *online*, meng-*update schedules* atau mengakses jaringan perusahaan melalui *virtual private network*, *wireless internet access* memungkinkan digunakan oleh *cellular wireless network* seperti GSM (*Global System for Mobile Communications*) atau GPRS (*General Packet Radio Services*),⁴

² Albarda, Eric D, *Electronic Commerce Fiscal fed actualiteiten, Caught in the Web : the Tax and Legal Implications of Electronic Commerce*, Price Waterhouse, Deventer 1998, hal. 13

³ Jack Febrian, op.cit, hal 48-406

⁴ Baijian Yang, Pei Zheng, Lionel M.Ni, *Professional Microsoft Smartphone Programming*, Wiley Publishing Inc, Indianapolis, Indiana,2007, hal. 4.

Dunia semakin canggih, teknologi semakin berkembang, perkembangan tersebut secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sistem perdagangan, transaksi dan peredaran uang selama ini, sebelumnya transaksi secara tradisional dilakukan dari tangan ke tangan secara langsung, antara pembeli dan penjual bertatap muka melakukan persetujuan dan akhirnya terjadi kesepakatan. Dengan adanya kecanggihan teknologi komputer semua keterbatasan sarana, jarak, dan waktu transaksi dapat teratasi dengan mudah, hanya dengan klik saja kita bisa mendapatkan barang yang diinginkan, bisa mengetahui apa saja yang kita inginkan, dan dapat melakukan transaksi dengan siapa saja tanpa dibatasi waktu dan jarak. Kemudahan inilah yang menjadi faktor utama berkembangnya *e-commerce*.

Pada awalnya perdagangan elektronik (*e-commerce*) dilakukan dalam kerangka transaksi-transaksi bisnis antar perusahaan besar, antar perbankan, serta antar institusi finansial lainnya. Namun, pada perkembangannya fokus perdagangan elektronik lewat sarana internet bergeser mendekati konsumen-konsumen individual, saat ini tekanan komunitas bisnis adalah melibatkan konsumen individual dalam perdagangan elektronik. Sebagai konsekuensinya, perdagangan elektronik saat ini dilakukan tidak hanya oleh perusahaan-perusahaan besar namun juga dilakukan oleh perusahaan-perusahaan berteknologi tinggi yang secara ekonomi tidak berskala besar. Pada kenyataannya, saat ini perusahaan-perusahaan dengan berbagai skala menjumpai kenyataan bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan dari semakin rendahnya biaya perdagangan elektronik lewat internet.⁵

Munculnya *e-commerce* masih baru, potensi yang dijanjikan cukup cerah. Koran Media Indonesia edisi 9 Agustus 2001 melaporkan tentang hasil penelitian *Gartner Dataquest* pada tahun 2003 jumlah pelanggan internet (yang merupakan pangsa pasar *e-commerce*) di wilayah Asia Pasifik mencapai 183.3 juta, Amerika sebesar 162.8 juta, sementara Eropa Barat 162.2 juta⁶ apabila angka-angka tersebut dibandingkan dengan saat awal digunakannya internet

⁵ Adi Nugroho, *e-commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, Informatika, Bandung, 2006, Hal. 6.

⁶ John Hutagaol, Darussalam, Danny Septriadi, *Kapita Selekta Perpajakan*, Salemba Empat, Jakarta, 2006, Hal. 127

pada tahun 1988 sampai dengan tahun 1994 yang tumbuh dari nol sampai 3 juta pemakai internet.⁷ Di Indonesia, *e-commerce* pun berkembang sangat cepat. Dalam koran Bisnis Indonesia tanggal 10 April 2001, diberitakan bahwa bisnis *e-commerce* di Indonesia meningkat sampai dengan 65% (dengan nilai transaksi sebesar 110 juta US Dollar) pada tahun 2000.⁸

Suatu cara bertransaksi bisnis yang dapat dilakukan dari jarak jauh dan tanpa mengenal adanya batas negara melalui internet yang kemudian dikenal dengan nama *e-commerce*, menimbulkan adanya pertanyaan mengenai bagaimana administrasi pajak mengantisipasi cara pemajakan (*tax treatment*) atas penghasilan dari transaksi *e-commerce* yang tidak mengenal batas geografis tersebut dan apakah ketentuan perpajakan yang ada sekarang ini telah memadai atau belum cukup memadai untuk mengantisipasi penghasilan-penghasilan dari transaksi *e-commerce*, dengan adanya banyak jenis transaksi *e-commerce* maka menimbulkan perbedaan penafsiran dalam pengkategorian penghasilan, ketentuan mengenai Bentuk Usaha Tetap (BUT) pun belum jelas dan belum memberikan kepastian hukum bagi pelaku yang terkait dengan transaksi *e-commerce*.

Berkenaan dengan hal tersebut di atas penulis merasa tertarik melakukan penelitian atau melakukan kajian mengenai isu-isu yang berkaitan dengan perpajakan atas penghasilan dari transaksi *e-commerce*, sehingga dapat diketahui pendekatan perpajakan dalam hal ini pajak atas penghasilan yang lebih baik agar dapat mengantisipasi bentuk-bentuk transaksi *e-commerce* tersebut. Penelitian atau kajian yang dilakukan penulis diberi judul : **KEBIJAKAN PAJAK ATAS PENGHASILAN YANG DIDAPAT DARI TRANSAKSI E-COMMERCE**

⁷ Ibid, hal. 128.

⁸ Indonesian Tax Review, Smartaxes Publishing Member of Lembaga Manajemen Formasi. Jakarta, 2005, Vol. 4, Edisi 42, hal. 11

1.2. Rumusan Masalah

Perkembangan *e-commerce* yang semakin cepat memberikan pengaruh pada sektor bisnis, sehingga sektor perpajakan harus dapat mengantisipasi dengan membuat kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan perkembangan teknologi tersebut khususnya kebijakan pajak atas penghasilan yang belum mengatur secara lengkap dan menyeluruh mengenai transaksi *e-commerce*, karena adanya banyak jenis transaksi *e-commerce* maka menimbulkan perbedaan penafsiran dalam pengkategorian penghasilan, ketentuan mengenai Bentuk Usaha Tetap (BUT) pun belum jelas dan belum memberikan kepastian hukum bagi pelaku yang terkait dengan transaksi *e-commerce* dengan munculnya dan makin berkembangnya transaksi *e-commerce* dan bagaimana penghasilan dari transaksi *e-commerce* dapat dikenakan pajak sebagaimana halnya dengan penghasilan dari transaksi sektor lainnya maka menimbulkan adanya pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan perlakuan perpajakan terutama mengenai pajak atas penghasilan yang dapat dirinci sebagai berikut :

1. Bagaimana administrasi pajak mengenakan pajak atas penghasilan dari transaksi *e-commerce* ?
2. Apakah ketentuan perpajakan yang ada sekarang telah memadai dalam mengenakan pajak atas penghasilan dari transaksi *e-commerce* ?
3. Apa saja penghasilan-penghasilan yang didapat dari transaksi *e-commerce* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian atau kajian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis bagaimana administrasi pajak mengenakan pajak atas penghasilan dari transaksi *e-commerce*
2. Mengetahui dan menganalisis mengenai apakah ketentuan perpajakan yang ada sekarang telah memadai dalam mengenakan pajak atas penghasilan dari transaksi *e-commerce* ?
3. Mengetahui dan menganalisis mengenai apa saja penghasilan-penghasilan yang didapat dari transaksi *e-commerce*

1.4. Signifikansi Penelitian

Kegunaan penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1.4.1. Signifikansi Akademik

Sebagai bahan referensi akademis dalam memahami secara mendalam jenis-jenis penghasilan dari transaksi *e-commerce* yang mana kelompok *Organization for Economic and Commerce Development (OECD) The Technical Advisory Group* telah memberikan rekomendasi terhadap negara-negara yang tergabung dalam kelompok OECD tentang penentuan jenis penghasilan dari semua pembayaran yang dilakukan dalam transaksi *e-commerce*, sehingga dapat diketahui perlakuan pajak atas jenis-jenis penghasilan dari transaksi *e-commerce*

1.4.2 Signifikansi Praktis

1. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, agar dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk memberikan rekomendasi terhadap pelaku bisnis *e-commerce* tentang penentuan jenis-jenis penghasilan dari transaksi *e-commerce* dan merumuskan peraturan perpajakan atas penghasilan dari transaksi *e-commerce* dengan tepat dan diharapkan dapat mengurangi upaya penghindaran pajak dan penggelapan pajak
2. Bagi wajib pajak yang menggunakan *e-commerce* dalam bisnisnya, agar dapat menjadi bahan analisis yang memadai agar mempunyai kepastian hukum dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini disajikan dalam lima bab, masing-masing bab saling mendukung dan merupakan satu kesatuan. Selanjutnya masing-masing bab dirinci menjadi beberapa subbab, dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II :Tinjauan Literatur dan Metode Penelitian

Bab ini menguraikan atau menggambarkan teori mengenai apa itu internet dan *e-commerce*, perbedaan dan klasifikasi transaksi melalui *e-commerce*, sistem pajak penghasilan, konsep dan pengertian penghasilan, pengenaan pajak atas penghasilan dari transaksi *e-commerce*, konsep sumber penghasilan menurut OECD model dan *United Nation Model* dan metode penelitian

Bab III :Perlakuan Pajak Atas Penghasilan Terhadap Transaksi *E-commerce* Di Indonesia

Bab ini menguraikan dan menjelaskan mengenai ketentuan pajak penghasilan yang diatur dalam undang-undang pajak penghasilan beserta ketentuan pelaksanaannya juga termasuk ketentuan-ketentuan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda (P3B)

Bab IV : Analisis Perlakuan Perpajakan Atas Penghasilan Dari Transaksi *E-commerce*

Bab ini merupakan analisis berkenaan dengan perlakuan pajak atas penghasilan dari 28 jenis transaksi *e-commerce* dan menganalisis permasalahan mengenai pengenaan pajak atas transaksi *e-commerce* berdasarkan perumusan masalah

Bab V : Simpulan Dan Saran

Penulis memberikan simpulan yang ditarik dari hasil dan pembahasan tesis ini dikaitkan dengan perumusan masalah, tujuan penelitian serta disajikan

saran-saran untuk memecahkan semua permasalahan yang berkenaan dengan pemajakan atas penghasilan dari 28 jenis transaksi *e-commerce*

