

BAB III

GAMBARAN UMUM *E-COMMERCE* DAN *CONTENT PROVIDER*

A. Gambaran Umum *E-commerce*

Untuk memahami suatu transaksi yang dilakukan oleh *content provider*, sebelumnya perlu dijabarkan gambaran umum mengenai *e-commerce* untuk pemahaman lebih lanjut.

1. Pengertian *E-Commerce*

Beberapa orang menganggap penggunaan definisi *e-commerce* terlalu sempit, sehingga banyak yang menggantinya dengan *e-business* karena cakupannya lebih luas. Efraim Turban, Ephraim McLean dan James Wetherbe mengartikan *electronic commerce* sebagai: “*a diverse, interdisciplinary topic, with issues ranging from technology, addressed by computer experts, to consumer behavior, addressed by behavioral scientists, and marketing research experts*.”⁵⁴

Berdasarkan pendapat mereka dapat diartikan bahwa *electronic commerce* adalah transaksi yang berhubungan dengan teknologi dan komputer.

Kemudian dalam buku *Introduction to Information Technology*, Efraim Turban, R.Kelly Jainer Jr, Richard E.Potter menggambarkan *e-commerce* sebagai pembelian, penjualan dan pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, terutama melalui internet.⁵⁵

Greenstein dan Feinman mendefinisikan *electronic commerce* sebagai

“the use of electronic transmission mediums (telecommunications) to engage in the exchange, including buying and selling, of products and services requiring

⁵⁴ Efraim Turban, Ephraim McLean, James Wetherbe, *Information Technology for Management: Transforming Business in the Digital Economy*, Edisi ke-3, (USA: John Wiley&Sons, 2001), hal 168.

⁵⁵ Efraim Turban, R.Kelly Jainer Jr, Richard E.Potter, *Introduction to Information Technology*, (USA: John Wiley&Sons Inc, 2003), hal 178.

*transportation, either physically or digitally, from location to location.*⁵⁶

E-commerce meliputi semua ukuran transaksi yang menggunakan transmisi digital untuk pertukaran informasi melalui peralatan elektronik. Atas barang atau jasa dari transaksi tersebut dapat dikirimkan dengan menggunakan jalur tradisional seperti *delivery service* atau dengan mekanisme digital, yaitu dengan cara mendownload produk dari internet.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas tersebut, transaksi-transaksi yang dilakukan oleh *content provider* merupakan transaksi *e-commerce*. Transaksi yang dilakukan oleh *content provider* merupakan pertukaran informasi dengan menggunakan transmisi digital. Seringkali, *content provider* menggunakan internet dalam transaksi penjualannya.

2. Atribut-atribut E-commerce

Terdapat beberapa karakter yang melekat dalam menentukan suatu transaksi tersebut adalah *e-commerce*. Adapun karakter yang dimiliki oleh *e-commerce* sebagai berikut:⁵⁷

1) *The exchange of digitized information between parties.*

Pertukaran informasi tersebut dapat mewakili komunikasi antara dua pihak yang bersangkutan, koordinasi alur barang dan jasa atau transmisi pemesanan elektronik. Pertukaran ini dapat terjadi antara organisasi dan individual.

2) *Technology-enabled*

Transaksi yang terjadi dalam *e-commerce* dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi. Teknologi ini memungkinkan untuk meniadakan batas-batas yang ada antara *customer* dengan *merchant*.

⁵⁶ Marilyn Greenstein dan Todd M. Feinman, *Electronic Commerce: Security, Risk Management and Control*, (Singapore: The McGraw-Hill Companies, 2000), hal 2.

⁵⁷ Jeffrey F. Rayport dan Bernard J. Jaworski, *Introduction of E-commerce*, Edisi ke-2, (Singapore: The McGraw-Hill Companies, 2003), hal 3.

3) *Technology-mediated*

Technology-mediated ini merupakan kelanjutan dari *technology-enabled*. Perbedaan antara transaksi lain dengan transaksi *e-commerce* kurang lebih adalah hubungan dengan *customer* melalui *human contact* atau melalui teknologi. Tempat pertemuan *buyer* dan *seller* untuk melakukan transaksi bisnis adalah dunia maya (*virtual world*) atau biasa disebut “marketspace”.

4) *It includes intra- and inter organizational activities that support the exchange*

Ruang lingkup dari *e-commerce* meliputi semua aktivitas secara elektronik atas intra dan interorganisasi yang mendukung pertukaran pasar baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Karakteristik *E-commerce*

Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa, transaksi *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus, yaitu⁵⁸:

1) Transaksi Tanpa Batas

E-commerce memanfaatkan kemajuan teknologi yang memungkinkan terjadinya transaksi lintas negara. Transaksi yang terjadi dalam *e-commerce* dapat dilakukan oleh semua pihak di seluruh dunia tanpa adanya batasan wilayah, karena transaksi *e-commerce* tidak memerlukan adanya kehadiran antara pihak-pihak yang bertransaksi. Para pengusaha dapat memanfaatkan media *e-commerce* sebagai sarana promosi ke seluruh dunia.

2) Transaksi Melalui Jaringan Internet

Transaksi *e-commerce* berbeda apabila dibandingkan dengan transaksi konvensional. Dalam transaksi konvensional, pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung sedangkan dalam transaksi *e-commerce* pembeli dan penjual tidak harus bertemu secara langsung, mereka dapat memanfaatkan internet sebagai media transaksi.

⁵⁸ Nufransa Wira Sakti (2001), “*Perpajakan dalam E-commerce, Belajar dari Jepang*, Berita Pajak No.1443/Tahun XXXIII/15 Mei 2001, hlm 35, disadur dari www.nofieiman.com, diunduh pada tanggal 1 Juli 2008.

3) Transaksi Anonim

Karakteristik lain dari *e-commerce* adalah transaksi yang terdapat dalam *e-commerce* merupakan transaksi anonim. Pembeli dan penjual dalam transaksi *e-commerce* tidak harus bertemu. Selain itu penjual tidak harus mengetahui nama pembeli sepanjang pembayaran dapat diotorisasi oleh penyedia sistem pembayaran yang biasanya dilakukan oleh penyedia jasa kartu kredit. Akibatnya dari anonimitas tersebut adalah sulitnya untuk melacak tempat pembeli berada.

4) Produk *Digital*

Karakteristik lain dari transaksi *e-commerce* adalah jenis barang yang dijual dalam transaksi *e-commerce* merupakan produk atau jasa yang diubah bentuknya dalam format digital (*digitized*) yang bisa di *download* oleh pembeli secara elektronik melalui internet.

Apabila dikaitkan dengan *content provider*, produk yang dihasilkannya kebanyakan merupakan produk *digital*. Produk-produk tersebut dapat diakses melalui internet dengan cara *download*nya.

5) Pengiriman Bisa Dilakukan Melalui Pabean dan Bisa Juga Tidak

Transaksi *e-commerce* dapat dikirim secara *offline* melalui pabean negara pembeli atau penjual atau bisa langsung dikirim melalui *e-mail* atau melalui fasilitas *download*. Jadi transaksi *e-commerce* tidak selalu harus dilakukan dengan melalui Pabean.

6) Transaksi Tanpa Media Kertas (*paperless*)

Transaksi *e-commerce* adalah transaksi yang tidak menggunakan media kertas (*paperless*) sebagai penyimpan informasi transaksi dan tidak terdapat jejak audit (*audit trail*). Media penyimpan informasi untuk *e-commerce* berbentuk elektronik, karena informasi yang terdapat dalam transaksi *e-commerce* telah melalui proses digitalisasi sehingga menjadi format digital.

7) Terdapat Dua Karakteristik Pelaku Transaksi *E-Commerce* yaitu, *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C).

B2B adalah aliansi bisnis antara penjual dan pembeli dalam rangkaian sistem, yaitu masing-masing sistem informasi internal perusahaan bersambung dengan sistem informasi internal perusahaan yang lain. Dan B2C adalah transaksi antara penjual dan pembeli dengan penjualan langsung melalui jaringan internet. Transaksi B2C umumnya kecil karena sifatnya adalah pengecer langsung ke konsumen.

4. Tipe-tipe *E-commerce*

E-commerce memiliki beberapa tipe-tipe ataupun model yang disebutkan di bawah ini.⁵⁹

1) *Business-to-business (B2B)*

Tipe ini merupakan sebuah transaksi dimana pembeli dan penjualnya berbentuk organisasi ataupun perusahaan. Adapun kegiatan-kegiatannya merupakan pembelian dan pengadaan, *supplier management*, *inventory management*, *channel management*, kegiatan penjualan, serta layanan.

Beberapa transaksi yang dilakukan oleh *content provider* adalah transaksi B2B, dimana *content provider* berperan dalam kegiatan penjualan dari *partnernya*, misalnya dalam rangka promosi produk. Salah satu transaksi yang sering dilakukan adalah layanan kuis SMS.

2) *Business-to-Consumer (B2C)*

Dalam tipe ini penjualnya adalah organisasi atau perusahaan sedangkan pembelinya adalah individual. Transaksi B2C meliputi pertukaran produk fisik atau produk digital, dan biasanya lebih kecil dibandingkan transaksi B2B. *Content provider* dapat juga termasuk dalam tipe ini, dimana salah satu contohnya adalah layanan SMS rohani, *download* nada dering, *download wallpaper* dan lain-lain.

⁵⁹ Efraim Turban, Ephraim McLean, James Wetherbe, *Op.Cit.*, hal. 173.

3) *Consumer-to-business (C2B)*

Dalam hal ini, organisasi ataupun perusahaan berkompetisi untuk menyediakan barang atau jasa yang diminta oleh konsumen. Konsumen dapat mewaliki dirinya sebagai sekelompok pembeli.

4) *Consumer-to-consumer*

Dalam tipe, individu menjual barang atau jasanya kepada individu-individu yang lain.

5) *Intrabusiness (intraorganizational) commerce*

Organisasi atau perusahaan menggunakan *e-commerce* secara internal untuk meningkatkan pengoperasiaannya.

6) *Government-to-citizens (G2C) and others*

Dalam hal ini, pemerintah menyediakan layanan kepada masyarakat melalui teknologi *e-commerce*.

7) *Collaborative commerce (c-commerce)*

Dalam model ini, partner bisnis dapat bekerja sama secara elektronik, dimana sering terjadi antara para partner bisnis di sepanjang rantai penawaran.

8) *Mobile commerce (M-commerce)*

Dalam hal ini, *e-commerce* terlaksana dalam lingkungan *wireless*, seperti menggunakan telepon seluler untuk mengakses internet.

Para *customer* dari dapat memanfaatkan produk atau jasa dari *content provider* dengan cara mengakses internet melalui telepon selulernya.

5. Infrastruktur *e-commerce*

Adapun infrastuktur yang mendukung terlaksananya proses *e-commerce* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut⁶⁰:

⁶⁰ Efraim Turban, Ephraim McLean, James Wetherbe, *Op.Cit.*, hal. 212

Tabel III.1
Infrastruktur E-Commerce

Komponen	Hal-hal yang terkait
Networks	Pertukaran dari VANs menjadi internet
Web servers	Tersedia untuk disewakan, permasalahan yang sering dihadapi adalah sistem hukumnya
Web server support dan software	<i>Website tracking activity</i> , konektivitas <i>database</i> , <i>software</i> untuk menciptakan formulir elektronik, <i>software</i> untuk menciptakan <i>chat rooms</i> atau <i>discussion groups</i> .
Katalog elektronik	Deskripsi produk, penggunaan multimedia.
Web page design and construction software	Bahasa-bahasa <i>web programming</i> (HTML, JAVA, VRML, XML)
Software yang berhubungan dengan transaksi	<i>Search engines</i> untuk mencari dan membandingkan produk, <i>Negotiating software</i> , <i>encryption and payment capabilities</i> , <i>software</i> untuk pemesanan, <i>inventory</i> , <i>back office</i> .
Komponen akses internet lainnya	<i>Firewalls</i> , <i>e-mail</i> , HTTP, <i>smart cards</i> , <i>web browsers</i> , <i>internet connection device</i> , <i>leased-line connection</i> , <i>connection leased line</i> , <i>internet kiosks</i> .

Selain hal-hal yang telah disebutkan diatas, terdapat media yang sangat penting dalam *e-commerce*, yaitu *domain name* dan Uniform Resource Locators (URLs). Setiap komputer yang tersambung ke internet ataupun setiap *web page* dan informasi yang ada dialokasikan ke sebuah alamat di bawah *Internet Protocol*, alamat ini biasa disebut URL.⁶¹ URL merupakan sebuah kombinasi nomor, nomor tersebut dapat dikembangkan menjadi sebuah nama, yang dinamakan *domain names*. Kepentingan dan lokasi dari sebuah organisasi atau badan dapat dilihat dari *domain name* nya. Terdapat 7 *generic top-level domain name* yang menggambarkan kepentingan organisasi atau badan, yaitu⁶²:

- 1) 'com' (digunakan untuk perusahaan yang komersial)
- 2) 'edu' (digunakan untuk institusi pendidikan, universitas, *colleges*, dan para akademisi)

⁶¹ Jay Forder dan Patrick Quirk, *Electronic Commerce and The Law*, (Sydney:John Wiley&Sons, Ltd, 2001), hlm.202.

⁶² *Ibid.*

- 3) 'net' (digunakan untuk organisasi yang terlibat dalam pengoperasian internet, seperti *internet providers* dan pusat jaringan informasi).
- 4) 'org' (digunakan untuk segala macam organisasi, biasanya untuk *non-profit organizations*).
- 5) 'gov' (digunakan untuk badan pemerintahan)
- 6) 'mil' (digunakan untuk badan militer)
- 7) 'int' (digunakan untuk organisasi internasional)

Untuk mendapatkan *domain names* diatas, dapat diperoleh dengan cara mendaftar secara *online* dan tidak ada ketentuan khusus. Hal itu senada dengan pernyataan Bapak J. Maeran selaku Sekertaris Jenderal PANDI (Pengelola Nama Domain Internet Indonesia) sebagai berikut,

*“Kalau berbicara tentang top level, ada top level generic (misalnya .com, .org), cara mendapatkannya itu mendaftar, kalau memakai domain yang generic itu dengan cara online, kan itu lokasinya di amerika lalu membayar dan langsung dapat namanya.”*⁶³

Domain *generic* ini dikelola oleh ICAAN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*). Namun, dalam transaksi registrasi *domain names* tersebut dilakukan melalui agen-agen yang bergerak dalam bidang penyedia jasa internet. Hal tersebut senada dengan pernyataan Bapak Shiddiq selaku IT Staff PANDI,

*“kalau domain, yang selain .com tinggal register aja, kalau yang di dunia itu yang punya kan ICAAN, ini merupakan induknya semua domain, nah yang top level domain ini seperti .com, .org yang megang masih ICAAN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), Kalau sekarang ini kan ICAAN tidak jualan secara langsung, tetapi melalui hosting, ada reseller-reseller, ya contohnya ISP, tapi kebanyakan agen-agen lain seperti registrant.com.”*⁶⁴

Sementara itu, di bawah *generic top level domain* terdapat *second top level domain*, yang memiliki karakteristik di setiap negara dalam nama domainnya (misalnya .id). Istilah yang sering digunakan untuk level domain ini adalah

⁶³ Hasil Wawancara dengan Bapak J. Maeran selaku Sekertaris Jenderal PANDI, pada tanggal 12 November 2008.

⁶⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Shiddiq selaku IT Staff PANDI, pada tanggal 14 November 2008.

CCTLD (*Country Code Top Level Domain*). Untuk sebuah perusahaan biasanya digunakan nama '.co.id'.

Dalam rangka mendaftarkan domain yang berbasis di Indonesia dapat dilakukan melalui PANDI. Hal ini sesuai dengan Pasal 24 UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang menyatakan pengelola nama domain adalah pemerintah dan/atau masyarakat, yang dalam hal ini adalah PANDI.

Terdapat beberapa ketentuan khusus untuk mendaftarkan CCTLD, khususnya 'co.id'. Adapun ketentuan khususnya adalah sebagai berikut:⁶⁵

- (a) DTD-CO.ID ditujukan untuk organisasi komersial yang pada ketentuan dan kebijakan selanjutnya hanya diperuntukan bagi perusahaan swasta yang memiliki badan hukum.
- (b) Perusahaan yang dapat mendaftarkan dalam DTD "CO.ID" harus merupakan badan hukum sah yang memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) atau badan hukum sah yang berbentuk PT, PK, atau Firma yang memiliki akte serta izin usaha yang terkait. Perusahaan yang mendaftarkan dalam merek dagang harus merupakan perusahaan pemilik hak merek dagang yang bersangkutan. Identitas yang digunakan untuk pendaftaran adalah Surat Bukti Kepemilikan Merk yang disahkan oleh Departemen Kehakiman RI.

Kemudian terdapat dokumen-dokumen yang harus dipersiapkan juga, adapun dokumen-dokumen yang harus diserahkan adalah:⁶⁶

- (a) Akte Notaris (bila tidak ada SIUP)
- (b) SIUP
- (c) Surat Bukti Kepemilikan Merk atau Hak Paten (bila memakai merek terkenal)
- (d) Kartu Identitas Penerima Kuasa (KTP/ SIM/ Pasport).

⁶⁵ *www.pandi.or.id*, diunduh pada tanggal 13 November 2008.

⁶⁶ *Ibid.*

6. Proses Penyaluran Konten

Terdapat lima pihak yang secara luas terlibat atas penyaluran konten melalui internet secara berurutan, yaitu⁶⁷:

1. Pembuat konten
2. *Internet Content Hosts* (ICHs), ICHs selalu memperbolehkan pelanggannya untuk mengakses internet melalui servernya, bisa dalam bentuk ISP.
3. *Carriage service providers*, biasanya oleh *public carriers*
4. *Internet Service Providers*
5. *Content users*

B. Gambaran Umum *Content Provider*

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi sekarang ini mengubah gaya hidup orang-orang metropolitan pada umumnya. Hampir dipastikan para eksekutif menengah atas di kota-kota metropolitan memiliki setidaknya satu ponsel. Para pekerja/staf level menengah bawah juga bisa dikatakan minimal 75% nya memiliki sebuah ponsel.

Sudah pasti ponsel mempermudah pemiliknya berkomunikasi kapan saja dan di mana saja. Akan tetapi, sekarang ini ponsel tidak saja digunakan untuk keperluan berkomunikasi semata. Ponsel juga sudah berfungsi sebagai media penyampaian *content* baik itu dalam bentuk SMS maupun video streaming.

1. Pengertian *Content Provider*

Berbicara mengenai konten, terdapat dua pemahaman mengenai konten. Konten pertama adalah konten aplikasi dimana konten yang dibuat lebih bersifat aplikatif, salah satu contohnya adalah *software*. Kemudian konten yang kedua adalah konten multimedia, dimana konten tersebut merupakan gabungan dari

⁶⁷ Jay Forder dan Patrick Quirk, *Opt.Cit.*, hlm. 281.

beberapa media, yaitu *voice*, *text*, *image*, animasi, *games* dan lainnya. Hal itu sejalan dengan pernyataan Selliane Halia Ishak yang menyatakan bahwa,

*” ...kalau konten itu pemahaman orang ada dua, antara konten aplikasi dan ada konten multimedia, sekarang terkenalnya begitu, kenapa dibilang konten aplikasi karena lebih aplikatif, yang namanya konten aplikasi itu misalnya software. Sedangkan konten multimedia itu gabungan dari beberapa media, ya itu voice, ya itu text, image, animasi, games, semua menjadi satu dan biasanya berbasis digital”*⁶⁸

Adapun pengertian dari *content provider* itu sendiri adalah perusahaan yang membuat konten-konten, dimana konten tersebut disediakan untuk masyarakat. Hal ini sejalan dengan pernyataan A. Haryowirasma , yang menyatakan bahwa,

*”content provider juga itu sebenarrnya dia perusahaan yang membuat konten, dimana available untuk target marketnya siapa, jadi seperti content provider untuk di mobile atau di telepon, ada juga content provider yang online, dan kebetulan teknologinya juga makin bergabung, jadi antara konten yang online sudah banyak juga yang ke mobile, dengan adanya teknologi itulah makin banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang ini.”*⁶⁹

Disamping itu, pengertian *content provider* dapat berupa bisnis telekomunikasi yang berhubungan dengan industri kreatif, yang memanfaatkan infrastruktur internet. Pernyataan itu senada dengan pernyataan Bapak Rio Pancaputera selaku pengurus APMI (Asosiasi Penyelenggara Multimedia Indonesia) sebagai berikut,

*“content provider itu adalah bisnis yang memasuki bidang telekomunikasi dan penyiaran, tetapi mungkin orang lebih memahami content provider adalah dari segi telekomunikasi, infrastruktur seperti internet yang bisa dimanfaatkan oleh industri kreatif lainnya, mungkin dalam fokus ini pemerintah mengharapkan ada dorongan bisnis ini dengan adanya teknologi informasi.”*⁷⁰

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Ka.Subdit Program Konten Departemen Komunikasi dan Informatika. Jakarta, 4 Juli 2008.

⁶⁹ Hasil Wawancara dengan Ketua *Indonesia Mobile and Online Content Association* (IMOCA), Jakarta, 29 Juli 2008.

⁷⁰ Hasil Wawancara dengan Pengurus APMI (Asosiasi Penyelenggara Multimedia Indonesia), Jakarta, 5 Agustus 2008.

Dari sisi pengusaha yang berkecimpung di bidang penyediaan konten ini, *content provider* diartikan sebagai

“Sebenarnya *content provider* itu di mata operator itu kan yang *memprovide kontennya*, tapi di mata produk atau konten bisa juga *content provider* yang *men-create konten itu sendiri*, tapi kan kebanyakan konten itu di *create* atau *dibikin berdasarkan ide dari partner content provider itu sendiri*, kalau di mata *partner content provider* sebenarnya jadi seperti *penyambung ke operator*.”⁷¹

2. Gambaran Umum Perusahaan *Content Provider*

Perusahaan *content provider* sudah semakin berkembang. Untuk keperluan skripsi ini akan digambarkan perusahaan *content provider*. Salah satu perusahaan *content provider* adalah PT X yang bergerak dalam bisnis penyedia konten, atau biasa disebut *content provider*. PT X adalah sebuah *content provider* yang bekerja sama dengan operator-operator seluler (Telkomsel, Satelindo, IM3, XL, Flexi & Mobile-8) di dalam menyampaikan *content-content* yang inovatif melalui ponsel para pelanggannya.

Produk dan Layanan yang Ditawarkan⁷²

1. Dengan Mobile-8, PT X menyuguhkan *content music video clips, infotainment, daily animated horoscope, beauty tips* (bekerjasama dengan Martha Tilaar) dan *spiritual tips* (AA Gym, Nurcholish Madjid, Gilbert Lumoindong, Yustinus Ardianto, Rufy A. Waney dan Dharmavajra Lhama) dalam bentuk video streaming ke ponsel CDMA.
2. Dengan semua operator di atas, PT X menyuguhkan *content Moving Bible* untuk komunitas kristiani di tanah air. Tercatat sudah lebih dari 50.000 umat kristiani di Indonesia yang menikmati layanan *Moving Bible* selama hampir 3 tahun ini.

⁷¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Maya Filiana selaku *Business Development Manager* Perusahaan *content provider*, Jakarta, 8 Agustus 2008.

⁷² *Ibid.*

3. Selain itu PT X juga bekerjasama dengan Abdurrahman Wahid (Gus Dur), Andrie Wongso (Motivator No. 1 Indonesia) dan James Gwee (Indonesia Most Favorite Trainer) untuk menyampaikan *content* humor, tips motivasi dan bisnis.
4. Dengan beberapa music record label, PT X bekerjasama untuk layanan nada tunggu/sambung. Tercatat sudah lebih dari 600.000 orang yang menikmati layanan nada tunggu/sambung dari PT X dengan brand TitTatTut (www.TiTatTut.com).
5. Layanan SMS:
 - Kuis SMS Trivia; Kuis berbentuk pertanyaan yang diajukan secara terus menerus, sehingga dapat mengumpulkan jumlah point sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan hadiah menarik. PT X juga secara tidak langsung bekerjasama dengan MRA Media (pengelola majalah-majalah Bazaar, Cosmopolitan, FHM Indonesia, Spice, Cosmo Girl, MTV Trax, dan Good Housekeeping) di dalam mempromosikan produk-produk seperti Esprit, Givenchy, Tommy Hilfiger, Murad, Biotherm, Tupperware, Oxone, Toblerone, dll dalam bentuk permainan SMS.
 - SMS Survey; melakukan survey melalui SMS untuk mengetahui data-data yang diinginkan.
 - SMS Community; SMS Community ini dibuat untuk memudahkan komunikasi dan penyebaran informasi kepada komunitas *partner* nya.
 - SMS Konsultasi; Program SMS ini dibuat untuk menjawab dan menanggapi pertanyaan yang dikirimkan melalui SMS dan bisa dijawab dalam 1x 24 jam dengan menggunakan nomor pendek (short code). Hal ini dapat dilakukan *end user* dengan cara cukup mengirim SMS, misalnya: ASK (spasi) isi message, lalu kirim ke 2425. Secara teknis, pihak *partner* akan menjawab SMS melalui halaman website, setelah itu sistem akan mengatur jawaban SMS

tersebut agar diterima langsung ke nomor ponsel yang bersangkutan dalam 1 x 24 jam.

- SMS Kupon Undian/Tiket Berhadiah.

Salah satu contohnya adalah bersama BMG Indonesia, PT X menyelenggarakan Kuis Valentine Dinner Bersama Delon.

6. Konten *download*

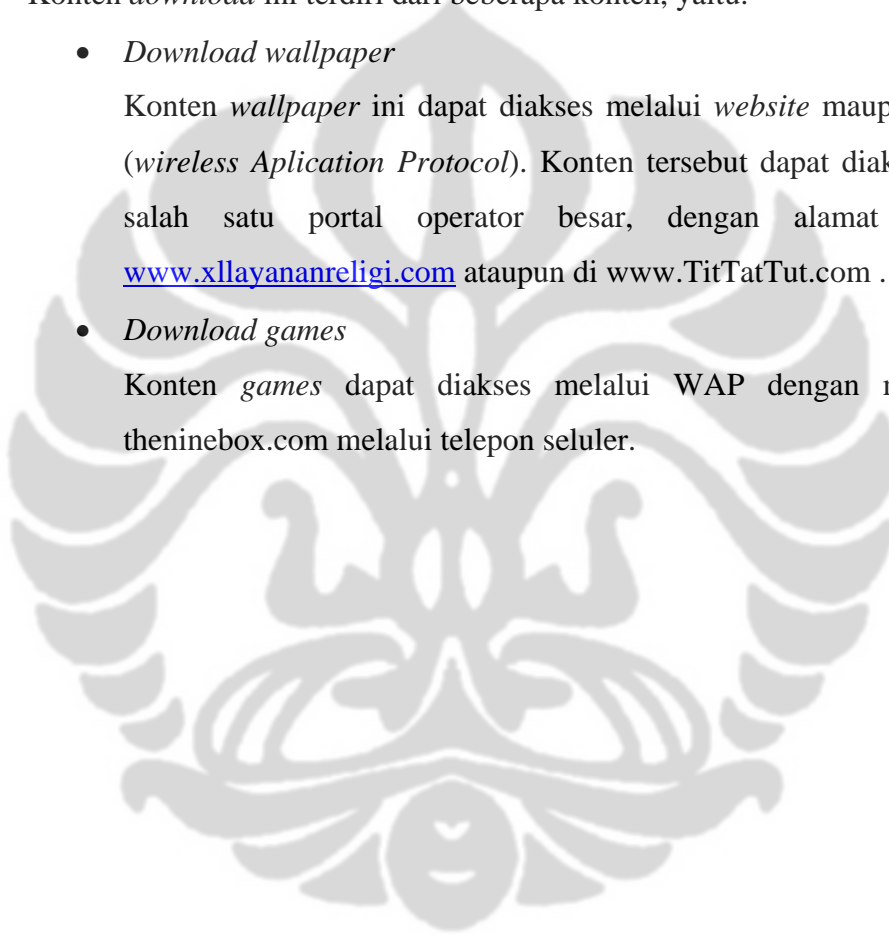
Konten *download* ini terdiri dari beberapa konten, yaitu:

- *Download wallpaper*

Konten *wallpaper* ini dapat diakses melalui *website* maupun WAP (*wireless Application Protocol*). Konten tersebut dapat diakses pada salah satu portal operator besar, dengan alamat *website* www.xllayanareligi.com ataupun di www.TitTatTut.com .

- *Download games*

Konten *games* dapat diakses melalui WAP dengan membuka theninebox.com melalui telepon seluler.



BAB IV
ANALISA PERLAKUAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI ATAS
TRANSAKSI-TRANSAKSI YANG DILAKUKAN OLEH *CONTENT*
PROVIDER

A. Perlakuan Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi-transaksi yang Dilakukan oleh *Content Provider*

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi menunjukkan kebutuhan masyarakat akan teknologi semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat akan teknologi akhir-akhir ini semakin beragam. Keberagaman kebutuhan tersebut membuka peluang bisnis baru, yaitu *content provider*. Bisnis *content provider* tersebut merupakan salah satu transaksi *e-commerce*, yang transaksinya dilakukan melalui internet. *Content provider*, sebagai suatu kegiatan usaha, tentunya tidak terlepas dari pengenaan pajak, salah satunya adalah Pajak Pertambahan Nilai. Dalam bab ini akan dijelaskan pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas *content provider*.

Dalam melakukan kegiatan usahanya, sebuah *content provider* banyak menggunakan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi, beberapa diantaranya adalah internet, *server* dan *website*. Oleh karena itu, kebanyakan transaksi yang dilakukan oleh *content provider* merupakan transaksi *electronic commerce*. Dalam peraturan perpajakan di Indonesia, atas transaksi atas *electronic commerce* yang dilakukan oleh *content provider* belum terlalu diatur secara jelas dan pasti. Ketidakjelasan tersebut dapat menimbulkan baik potensi pajak yang hilang ataupun pengenaan pajak berganda.

Adapun perlakuan PPN terhadap *content provider* dapat meliputi pengidentifikasian objek PPN, subjek PPN dan saat dan tempat penentuan konsumsinya (*place of consumption*). Penentuan objek PPN dapat dilihat dari setiap *taxable event* yang biasa dilakukan oleh *content provider*. Kemudian selanjutnya dari *taxable event* yang dilakukan yaitu penyerahan barang dan jasa yang dilakukan

oleh *content provider* dan pihak-pihak yang bersangkutan akan diidentifikasi subjek PPN nya. Perlakuan PPN selanjutnya yang akan dibahas dalam bab ini adalah saat dan tempat penentuan konsumsinya *place of consumption* untuk menentukan apakah suatu transaksi terhutang atau tidak.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak objektif, dimana suatu pajak dilihat dari objeknya, seperti keadaan, peristiwa, perbuatan dan lain-lain. Oleh karena itu pada waktu pengenaan PPN, yang pertama kali perlu diperhatikan adalah objek pajaknya, baru kemudian dicari subjek pajaknya. Pada prinsipnya semua barang yang diproduksi dan diimpor, diekspor dan didistribusikan di Indonesia dalam hubungan perusahaan atau pekerjaannya termasuk jasa-jasa yang diberikan oleh pengusaha jasa, di daerah Pabean Indonesia dalam hubungan perusahaan atau pekerjaannya merupakan objek PPN.⁷³

Adapun penentuan objek PPN ini sendiri diatur dalam Pasal 4 UU PPN tahun 2000, yang dapat dijadikan sebagai objek PPN antara lain:

(a) Barang (*goods*)

Pengertian barang menurut pasal 1 angka 2 UU PPN adalah barang berwujud yang menurut sifat atau hukumnya dapat berupa barang bergerak atau barang tidak bergerak, dan barang tidak berwujud.

Berdasarkan ketentuan PPN tersebut dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

(a) *Tangible products*

Merupakan transaksi yang melibatkan barang-barang berwujud.

(b) *Intangible products*

Yaitu transaksi yang melibatkan barang-barang tidak berwujud, yang di dalamnya termasuk produk digital, yaitu barang yang bentuknya telah diubah menjadi format digital. Misalnya, *download* musik, *download* nada dering, *download software*, *download wallpaper*.

(b) Jasa (*services*)

Berdasarkan pasal 1 angka 5 UU PPN, jasa adalah kegiatan pelayanan berdasarkan suatu perikatan atau perbuatan hukum yang menyebabkan

⁷³ Rochmat Soemitro, *Pajak Penghasilan 1984*, (Jakarta:PT Eresco, 1985), hlm.52.

suatu barang atau fasilitas atau kemudahan atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan petunjuk dari pemesan.

Pada dasarnya cakupan objek PPN yang berlaku di Indonesia adalah luas namun terbatas. PPN dikenakan terhadap semua Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP), akan tetapi sepanjang dilakukan di dalam daerah pabean Indonesia dan objek yang terbatas, yaitu objek yang terdapat dalam *negative list* maka merupakan barang-barang dan jasa yang tidak dikenakan pajak.⁷⁴

Produk-produk dari *content provider* yang banyak terdengar di masyarakat beberapa diantaranya adalah konten *download*, yang terdiri dari *download wallpaper*, *download games* dan *download ringtone*, kemudian konten layanan SMS (Short Message Service) seperti kuis SMS, SMS rohani, SMS konsultasi, dan lain-lain. Penyerahan produk-produk tersebut tentunya tidak terlepas dari pengenaan PPN, dimana produk-produk tersebut merupakan objek pajak.

Karakteristik yang ada pada PPN dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu objek pajak (barang dan jasa) terutang PPN atau tidak. Apabila suatu barang dan jasa memiliki dan memenuhi karakteristik PPN, maka barang dan jasa tersebut dapat digolongkan ke dalam objek PPN. Adapun, menurut Ben Terra, karakteristik yang dimiliki PPN adalah *general on consumption*, dimana dalam konteks ini PPN dikenakan atas konsumsi produk-produk *content provider* yang bersifat umum atas barang dan jasa. Di bawah ini merupakan pengidentifikasian transaksi-transaksi maupun produk-produk yang terkait dengan *content provider*:

1. Download Wallpaper dan Games

Download wallpaper dan *games* dilakukan melalui internet. Atas kegiatan *download* tersebut dapat dilakukan melalui dua media yaitu media komputer, yaitu

⁷⁴ Liberty Pandiangan, *Pajak Pertambahan Nilai*, (Jakarta: Penerbit Rineke Cipta, 1993), hlm.34.

dengan membuka *website* yang ada, atau melalui telepon seluler, yaitu menggunakan teknologi WAP (*Wireless Application Protocol*). Adapun transaksi-transaksi yang berhubungan dengan *download wallpaper* dan *games* terbagi menjadi dua kegiatan transaksi, yaitu:

- Transaksi yang dilakukan di/ke dalam Daerah Pabean
- Transaksi yang dilakukan ke Luar Daerah Pabean.

a. Transaksi yang dilakukan di/ke dalam Daerah Pabean

Adapun transaksi-transaksi yang terkait dengan *download wallpaper* dan *games* yang dilakukan di/ke dalam Daerah Pabean dan diidentifikasi sebagai objek pajak adalah sebagai berikut:

a) *Content Acquisition Transactions*

Konten *wallpaper* dan *games* ini dapat disalurkan dengan menggunakan internet. Dalam transaksi ini *content provider* bekerja sama dengan *website operator*. Kerja sama dengan *website operator* terjadi apabila sebuah *content provider* diminta oleh *website operator* untuk menyediakan ataupun membuat konten-konten di dalam *website* tersebut. Menurut OECD Model, transaksi tersebut masuk ke jenis penghasilan *e-commerce* yang dinamakan *content acquisition transactions*. Penjelasan atas transaksi tersebut di dalam OECD Model dijelaskan sebagai berikut

“A website operator pays various content providers for new stories, informations, and other online content in order to attract users to the site. Alternatively, the website operators might hire a content provider to create new content specifically for the website”⁷⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat dua kemungkinan transaksi yang dilakukan oleh *content provider*. Adapun transaksi-transaksi yang terjadi antara *website operator* dengan *content provider* adalah sebagai berikut:

⁷⁵ OECD, *Opt.cit.*, hlm.174.

a) *Website operator* melakukan pembayaran atas hak untuk menampilkan *copyrighted material* dari *content provider*.

Transaksi yang pertama tersebut dapat dilakukan oleh *content provider* dalam negeri maupun *content provider* yang berada di luar negeri. Atas transaksi yang dilakukan oleh *content provider* dalam negeri, maka penyerahan tersebut merupakan penyerahan atas Barang Tidak Berwujud, yaitu berupa *royalty*. Penyerahan barang tidak berwujud tersebut merupakan penyerahan yang dikenakan PPN, yang tunduk pada Pasal 4 huruf a UU PPN Tahun 2000.

Sedangkan apabila *content provider* tersebut berada di luar negeri, maka atas pembayaran *copyrighted material* oleh *website operator* kepada *content provider* merupakan transaksi pemanfaatan barang tidak berwujud ke dalam Daerah Pabean. Atas pemanfaatan tersebut dikenakan PPN sesuai dengan Pasal 4 huruf d, UU PPN Tahun 2000.

Saat terutangnya pajak adalah saat *copyrighted material* tersebut diserahkan kepada *website operator* atau pada saat BKP tidak berwujud tersebut dimulai pemanfaatannya atau pada saat terjadi pembayaran oleh *website operator*. Sedangkan tempat terutangnya pajak adalah tempat dimana *website operator* menggunakan *copyrighted material* tersebut. Pajak yang terutang merupakan Pajak Keluaran bagi *content provider*. *Content provider* memiliki kewajiban untuk memungut pajak yang terutang apabila *content provider* tersebut berada di dalam Daerah Pabean. Namun,

b) Pembuatan Konten untuk *website operator*

Sama halnya dengan transaksi yang pertama, transaksi ini juga dapat dilakukan oleh *content provider* dalam dan luar negeri. Untuk pembuatan konten oleh *content provider* dalam negeri berarti terjadi penyerahan kepada *website operator*. Apabila ditinjau dari definisi jasa menurut Kottler, dimana jasa merupakan aktifitas yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak

lain yang pada dasarnya *intangible*, pihak *content provider* merupakan penyedia jasa. Kemudian, pemesanan atas konten *wallpaper* tersebut *content provider* terlibat dalam proses produksi dan hubungan langsung adalah hal sangat utama (*personality intensity*). Hal ini sejalan dengan karakteristik jasa yang dijabarkan oleh Farida Jasfar.

Dalam UU PPN Tahun 2000, jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan, masuk ke dalam ruang lingkup pengertian jasa. Dengan demikian, transaksi tersebut merupakan penyerahan atas jasa (*supply of services*). Transaksi tersebut merupakan objek pajak, sesuai dengan Pasal 4 huruf c.

Apabila *content provider* tersebut berada di luar negeri, maka terjadi transaksi pemanfaatan jasa dari luar Daerah Pabean ke dalam Daerah Pabean. Atas penyerahan tersebut terutang PPN, sesuai dengan Pasal 4 huruf e UU PPN Tahun 2000.

Saat terutangnya pajak adalah saat jasa tersebut dimanfaatkan di dalam Daerah Pabean. Kemudian tempat terutangnya pajak adalah tempat dimana jasa tersebut dimanfaatkan. Atas pajak yang terutang merupakan Pajak Keluaran bagi *content provider*.

b) *Download Wallpaper* oleh *end user*

Konten *download wallpaper* dan *games* ini merupakan salah satu produk digital, dimana konsumennya dapat mengakses melalui *website* yang dimiliki oleh *content provider* atau melalui WAP (*Wireless Application Protocol*), yang dapat diakses melalui telepon seluler. Selama ini aturan mengenai penyerahan atas produk *digital* tidak terlalu jelas. Menurut OECD Model, dalam ruang lingkup perpajakan atas konsumsi penyerahan atas *digitized goods* sebaiknya tidak diperlakukan sebagai penyerahan akan barang. Hal itu senada dengan pernyataan Haula Rosdiana yang menyatakan,

“kita hanya bilang bahwa barang terdiri dari barang berwujud dan barang tidak berwujud, barang berwujud bisa barang bergerak dan barang tidak bergerak, nah yang menjadi masalah kalau digital good itu apa, Nah definisi barang digital apa dan kategorinya apa saja itu harus masuk ke dalam UU PPN.”⁷⁶

Download wallpaper ataupun *games* oleh *end user* dapat terdiri dari dua transaksi, yaitu transaksi domestik dengan *content provider* dalam negeri, dan *cross-boarder transaction*, apabila transaksi dilakukan dengan *content provider* yang berada di luar negeri, yang diserahkan di/ke dalam Daerah Pabean. Transaksi domestik terhadap penyerahan atas *digitized product*, yang dalam hal ini adalah *download wallpaper* dan *games* yang disediakan oleh *content provider* terutang pajak. Menurut ahli perpajakan OECD, transaksi *download wallpaper* dan *games* tersebut termasuk transaksi *e-commerce* dengan jenis *electronic ordering and downloading of digital products*. Dalam transaksi tersebut pelanggan memilih dari suatu *online catalogue* berkenaan dengan *digital products*, lalu memesan produk tersebut secara elektronik langsung dari *content provider*. Sehubungan dengan pemakaian *catalogue* tidak ada biaya khusus yang dipungut dari pelanggan. Kemudian *digital product* tersebut di *download* ke *hard disk* pelanggan atau media lain yang bersifat *non temporary* (salah satu contohnya adalah telepon seluler).

Peraturan perpajakan Indonesia mengenakan PPN atas transaksi *download wallpaper* dan *games* oleh *end user* berdasarkan UU PPN Tahun 2000. Apabila transaksi tersebut diserahkan oleh *content provider* dalam kepada *end user* di dalam Daerah Pabean, maka transaksi itu terutang pajak. Transaksi tersebut termasuk objek PPN yang tunduk pada Pasal 4 huruf a UU PPN Tahun 2000, dimana transaksi tersebut merupakan penyerahan atas Barang Kena Pajak tidak berwujud. Hal itu sesuai dengan pernyataan Bapak

⁷⁶ Hasil Wawancara dengan Ahli Perpajakan, Jakarta, 14 Oktober 2008.

Budi Kurniawan, staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, sebagai berikut

“transaksi download masuk di pasal 4, anantara 4 huruf C yaitu sebagai jasa, ataupun di pasal BKP tidak berwujud, ya diantara dua itu kita memang belum ada yang menekankan secara jelas apakah transaksi tersebut sebagai BKP tidak berwujud ataupun JKP, dan dua2nya kadang-kadang bisa mixed up ya, ya intinya mau dikenakan sebagai BKP tidak berwujud ataupun JKP transaksi tersebut tetap objek PPN. Namun dalam hal ini merupakan transaksi atas penyerahan Barang Kena Pajak tidak berwujud.”⁷⁷

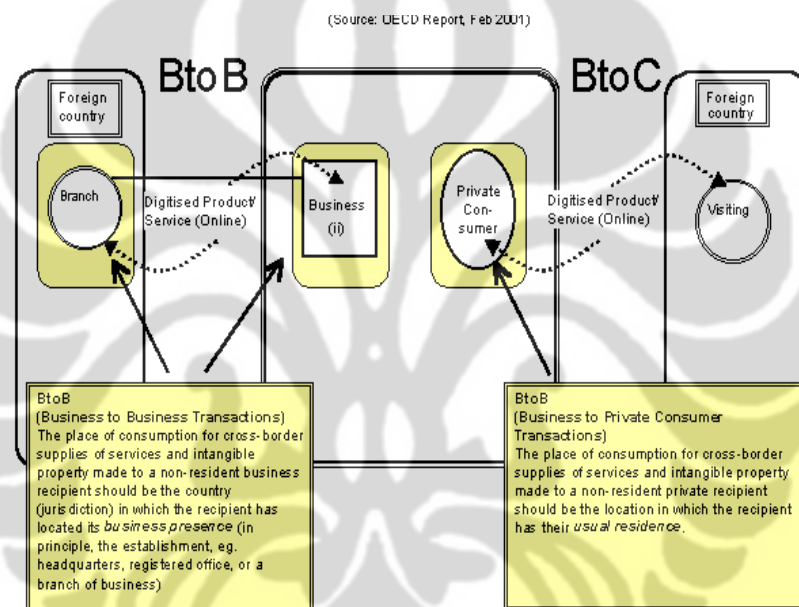
Sedangkan untuk transaksi *download wallpaper* dan *games* dengan *content provider* yang berada di luar negeri sendiri menurut OECD Model juga dikenakan pajak konsumsi di negara tempat *end user* berada. Hal ini sesuai dengan prinsip *destination principle*, dimana yurisdiksi pemajakan suatu negara adalah Negara dimana transaksi tersebut dituju untuk dikonsumsi. Sehingga yang memiliki hak untuk mengenakan PPN atas transaksi *download wallpaper* oleh *end user* adalah tempat *end user* mengkonsumsi *digital goods* tersebut. Sama halnya dengan yang diatur di dalam peraturan perundang-undangan perpajakan Indonesia, yang dalam konteks ini adalah PPN, transaksi tersebut tetap dikenakan PPN. Transaksi atas *download wallpaper* dan *games* tersebut merupakan transaksi pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud dari Luar Daerah Pabean. Hal itu sesuai dengan Pasal 4 huruf d UU PPN Tahun 2000. Hal ini diperkuat dengan Bapak Budi Kurniawan, staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa sebagai berikut

“kalau penjualnya ada di luar (content provider) dia kan tidak perlu melakukan kewajiban perpajakan, tetapi customernya banyak di Indonesia, maka tetap terutang di Indonesia transaksinya.”⁷⁸

⁷⁷ Hasil Wawancara dengan Staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, Direktorat Jenderal Pajak, Jakarta, 5 November 2008.

⁷⁸ *Ibid.*

Adapun saat terutang atas *download* konten *wallpaper* dan *games* adalah pada saat konten tersebut *download* oleh *end user*. Sedangkan tempat terutang atas konten-konten *download* tersebut, adalah tempat dimana penerima berada, dalam hal ini *end user*. Sama halnya dengan *cross-border transaction*, dimana *content providernya* berada di luar negeri, tempat terutang pajaknya adalah tempat dimana penerimanya tinggal (*usual residence*). Hal tersebut dapat dilihat dari skema di bawah ini



Gambar IV.1

Place of Consumption

Sumber: www.mof.go.jp/english/tax/it/ita.htm#gg

Kemudian dalam UU PPN Tahun 2000 juga diatur saat terutangnya pajak, yaitu dalam pasal 11 ayat (1). Transaksi-transaksi atas konten-konten *download* difasilitasi dengan pasal ini, yang dalam penjelasannya tertulis bahwa atas transaksi *e-commerce* tunduk atas peraturan tersebut.

Sedangkan penentuan tempat terutangnya adalah tempat dimana *wallpaper* dan *games* tersebut dimanfaatkan oleh *content provider*.

Penentuan tempat terutangnya pajak juga dapat dilihat dari PKPnya, hal itu diungkapkan oleh Bapak Budi Kurniawan, staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, sebagai berikut

“biasanya untuk place of consumption kita melihat dari PKP nya, itu kan virtual ya, tidak tau usernya dimana, si penyerah jasanya akan menunjukkan fakturnya, ya entah sebagian fakturnya mungkin akan diterbitkan secara elektronik ya, jadi dia tidak pernah mencetaknya, tapi pada intinya si penyerah jasa itu akan menerbitkan faktur, dan itu menjadi alat bukti pemungutan karena keperluan untuk pembuktian kan ada di pembeli ya atau user ya, untuk pengkreditan PM nya, nah dari sisi penjual adalah bahwa PK nya itu dilaporkan saja bahwa dia telah memungut dari customernya sebesar 10% dari harganya, dan dilaporkan di SPT.”⁷⁹

b. Transaksi yang dilakukan ke Luar Daerah Pabean

Dalam transaksi atas *download wallpaper* dan *games*, *content provider* juga melakukan penyerahan ke Luar Daerah Pabean. Transaksi ke Luar Daerah Pabean yang dilakukan oleh *content provider* menurut *destination principle* tidak dikenakan PPN, karena Negara yang berhak mengenakan pajak adalah tempat barang atau jasa tersebut dikonsumsi.

Berdasarkan UU PPN Tahun 2000, penyerahan BKP Tidak Berwujud dan Jasa Kena Pajak ke Luar Daerah Pabean tidak dikenakan PPN. Namun, sebaiknya untuk netralitas perdagangan internasional, atas penyerahan tersebut dikenakan PPN dengan tarif 0%. Sehingga Pajak yang terutang menjadi Pajak Keluaran bagi *content provider*.

c. Pengusaha Kena Pajak

Transaksi-transaksi *download* tersebut dilakukan di dalam dunia maya, sehingga untuk pemesanan secara online sangat sulit untuk dideteksi. Sehingga terkadang atas transaksi tersebut ada kemungkinan tidak dikenakan PPN, karena pihak pemerintah tidak mengetahui adanya

⁷⁹ Hasil Wawancara dengan Staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, Direktorat Jenderal Pajak, Jakarta, 5 November 2008.

transaksi tersebut. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Budi Kurniawan, staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, sebagai berikut

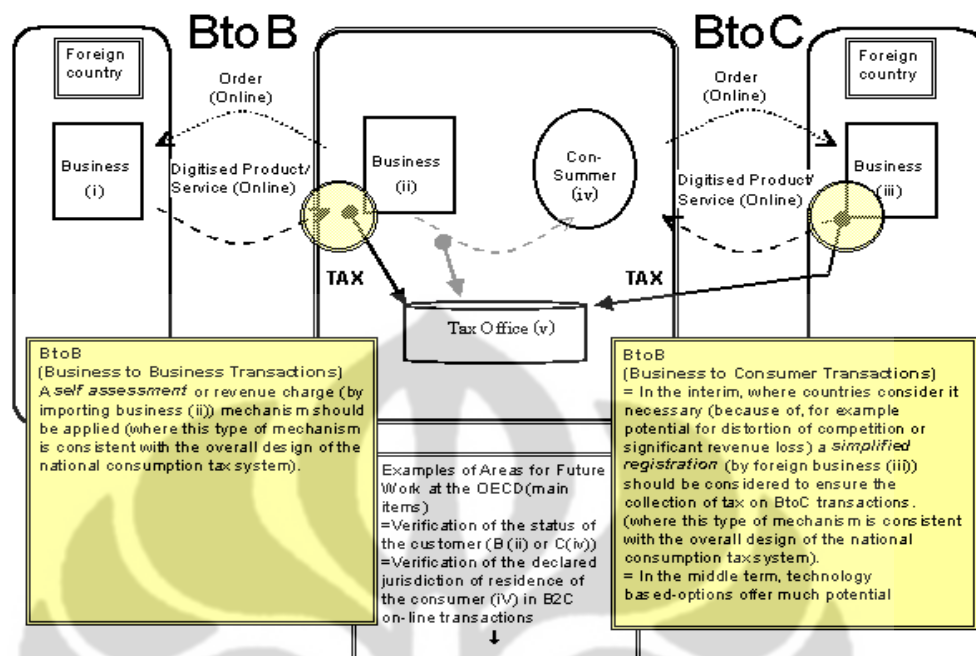
mungkin kita sedikit kalah langkahnya adalah mengidentifikasi adanya subjek dan ada tidaknya transaksi, sebenarnya untuk semua bidang usaha seperti itu, karena kita kan self assessment, mau tidak mau emang inisiatif WP yang beritikad untuk melaporkan keadaan sebenarnya, tetapi apa yang dilaporkan itu akan kita yakinkan lagi dengan pengusahanya.⁸⁰

Dalam pemungutan pajaknya, apabila *content provider* yang menyediakan *download wallpaper* dan *games* kepada *end user*, maka atas transaksi tersebut pihak *content provider* melakukan pemungutan atas pajak yang dibayar oleh *end user*. Namun apabila yang menyediakan layanan *download wallpaper* dan *games* tersebut adalah *content provider* yang berada di Luar Daerah Pabean, maka kewajiban perpajakannya berpindah kepada *end user*, yaitu *self assessment VAT*.

Namun pada kenyataannya, sangat sulit untuk mengidentifikasi adanya transaksi *download* ini, terutama *cross-boarder transaction*. Untuk mengatasi hilangnya potensi pajak yang ada, OECD Model merekomendasikan beberapa mekanisme pemungutan pajak atas transaksi tersebut. Adapun mekanisme-mekanisme yang direkomendasikan dapat dilihat dari skema berikut ini

⁸⁰ *Ibid.*

Proposed Recommended Approach on Tax Collection Mechanism
(Source: OECD Report, Feb 2001)



Gambar IV.2

Pendekatan Atas Mekanisme Pemungutan Pajak

Sumber: www.mof.go.jp/english/tax/it/ita.htm#gg

Berdasarkan gambar diatas penyerahan atas konten *wallpaper* tersebut termasuk *Business to Consumer Transactions* atau biasa disebut dengan B2C. Seperti telah diketahui sebelumnya, penyerahan atas konten *download wallpaper* merupakan transaksi yang sulit untuk teridentifikasi. Kemudian dalam rangka menghindari *potential loss* atas PPN yang mungkin ada, OECD Model memberikan rekomendasi atas pemungutan pajaknya. Adapun mekanisme yang direkomendasikan adalah sebagai berikut:

(1) *Registration*

Dalam mekanisme ini mewajibkan *non resident business*, dalam hal ini adalah *content provider* yang berada di Luar Daerah Pabean, agar

mendaftarkan diri, mengenakan PPN, mengumpulkan dan mengirimkan PPN tersebut ke negara dimana konten *download* tersebut dikonsumsi. Mekanisme ini biasanya digunakan sementara atau untuk jangka waktu yang pendek. Dengan demikian terdapat keseimbangan, karena kedua negara dapat memungut pajak atas konsumsi yang dilakukan oleh setiap penduduknya.

(2) *Technology-based and/or technology-facilitated*

Pengumpulan pajak dalam mekanisme ini menggunakan infrastruktur teknologi. Salah satu teknologi yang dipakai adalah penggunaan *software (tamper-proof software)* yang secara otomatis akan menghitung PPN yang terutang atas suatu transaksi dan mengirimkan PPN nya kepada negara dimana konten *download* tersebut dikonsumsi.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, PPN merupakan pajak objektif yang mengedepankan objek pajaknya dalam mengenakan pajak. Namun, peranan subjek pajak di dalam pengenaan PPN juga memiliki peranan yang penting. Menurut sistem hukum pajak Indonesia, Pajak Pertambahan Nilai atas Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak hanya akan dipungut apabila:⁸¹

- a. Penyerahannya dilakukan di dalam Daerah Pabean
- b. Penyerahannya dilakukan dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaan pengusaha yang bersangkutan.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat diartikan sebuah objek pajak dapat dikenakan PPN apabila penyerahannya dilakukan oleh seorang pengusaha atau perusahaan dimana penyerahannya dilakukan di dalam lingkup pekerjaannya dan di dalam Daerah Pabean. Hal ini menandakan harus

⁸¹ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika: Suatu Kompilasi Kajian*, (Jakarta: PT:RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 497.

adanya subjek pajak yang melakukan penyerahan barang dan atau jasa dalam ruang lingkup PPN.

Dalam pasar konvensional atau tradisional hanya mengenal dua pihak, yaitu penjual dan pembeli. Sedangkan dalam transaksi *e-commerce* selain penjual (untuk transaksi *e-commerce* biasa disebut dengan “*merchant*” atau “*vendors*”), dan pembeli barang dan atau jasa, pihak yang terkait lainnya adalah pihak penyedia jasa internet (ISP). Sebuah *content provider* juga melibatkan operator telepon seluler dalam melakukan perdagangannya. Kemudian pihak yang menikmati produk-produk *content provider* biasa disebut dengan *end user*.

Di bawah ini akan dilakukan pengidentifikasian Pengusaha Kena Pajak atas *content provider* dan pihak-pihak yang terlibat di dalam perdagangannya:

a. *Content Provider*

Dalam penentuan apakah suatu *content provider* dapat diidentifikasi sebagai subjek pajak, perlu dilihat konsep *taxable person*. Apabila melihat konsep *taxable person*, dapat dilihat pernyataan dari Victor Thuronyi yang menyatakan bahwa *taxable person* adalah seseorang yang berada di dalam ruang lingkup PPN. Hal ini berarti apabila sebuah *content provider* melakukan transaksi yang berada di dalam ruang lingkup PPN, maka *content provider* merupakan *taxable person*.

Sementara itu, yang dimaksud ruang lingkup PPN adalah kegiatan-kegiatan ataupun setiap penyerahan baik penyerahan barang ataupun penyerahan jasa, yang terutang PPN. Adapun produk-produk yang dihasilkan oleh *content provider* merupakan barang dan jasa. Barang dan jasa tersebut nantinya akan dilakukan sebuah penyerahan kepada pihak-pihak bersangkutan. PPN dikenakan atas penyerahan barang dan jasa, dimana menurut Alan Tait penyerahan tersebut dilakukan oleh seseorang yang biasa disebut *taxable person* yang harus mendaftarkan diri untuk

keperluan PPN dan bertanggung jawab kepada otoritas yang berwenang atas pajak yang telah dikumpulkannya.

Menurut hukum perpajakan Indonesia, seperti telah disebutkan di atas, Pajak Pertambahan Nilai atas Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak hanya akan dipungut apabila penyerahannya dilakukan dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaan pengusaha yang bersangkutan. Hal itu sejalan dengan pernyataan Melville yang menyatakan PPN terutang oleh *taxable person* atas penyerahan barang atau penyerahan jasa dalam ruang lingkup bisnisnya. Pernyataan ini semakin memperkuat bahwa sebuah *content provider* dalam melakukan penyerahan barang dan atau jasa adalah sebagai subjek pajak.

Sebuah *content provider* dapat berbentuk macam-macam dalam menjalankan bisnisnya. *Content provider* dapat dijalankan secara individu maupun gabungan dari individu-individu, atau bahkan menjadi sebuah perusahaan. Hal itu senada dengan pernyataan Bapak Rio Pancaputera selaku pengurus APMI (Asosiasi Penyelenggara Multimedia Indonesia) sebagai berikut

“content provider itu biasanya berawal dari perorangan yang menyediakan konten-konten yang biasanya berhubungan dengan industri kreatif, atau bisa juga ada sebuah perusahaan content provider yang menampung para konten-konten creator, supaya lebih mudah untuk menyediakan konten ke operator maupun online.”⁸²

Sejalan dengan pernyataan di atas, Melville menyatakan bahwa untuk tujuan PPN terminologi *person* dapat merujuk ke individu, *partnership* atau sebuah perusahaan atau badan lain yang menyerahkan barang atau jasa dalam ruang lingkup bisnis yang bersangkutan. Dengan kata lain, apapun bentuk dari *content provider* baik individu, *partnership*, perusahaan maupun badan-badan lain, dapat menjadi *taxable person* apabila

⁸²Hasil Wawancara dengan Pengurus APMI (Asosiasi Penyelenggara Multimedia Indonesia), Jakarta, 5 Agustus 2008.

melakukan penyerahan barang atau jasa. Dalam hal ini, penyerahan yang dilakukan adalah yang berhubungan dengan bisnisnya, beberapa di antaranya adalah penyerahan atas konten *download*, konten aplikasi dan konten SMS.

Dalam perlakuan pajaknya, undang-undang PPN itu sendiri tidak mengatur bahwa seorang Pengusaha Kena Pajak harus memiliki bangunan fisik untuk menjadi subjek pajak. Sedangkan dalam menjalankan usaha, *content provider* seringkali berbentuk *virtual*. Dalam hal ini, undang-undang sendiri kurang mengakomodir perlakuan atas usaha yang dilakukan dalam bentuk *virtual office*. Hal ini senada dengan pernyataan Ibu Haula Rosdiana selaku ahli perpajakan sebagai berikut,

*“...di dalam UU Pajak itu tidak ada ketentuan yang namanya PKP dia itu harus punya bangunan fisik dsb, disini juga harus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga virtual office pun atau sesuatu yang dilaksanakan tadi di dunia maya, itu juga harus bisa terjangkau secara hukum.”*⁸³

1) Content Provider Dalam Negri

Sehubungan dengan transaksi yang dilakukan oleh *content provider* di atas, yang berupa *e-commerce*, di dalam UU PPN hanya terdapat satu pasal yang benar-benar menyatakan mengenai hal tersebut. Hal tersebut hanya diatur dalam penjelasan Pasal 11 mengenai *place of consumption*. Sedangkan untuk pengidentifikasian subjek itu sendiri belum diatur secara tegas. Hal yang perlu diperhatikan untuk menjadi PKP adalah *threshold* nya (batasan), yaitu apabila omzetnya melebihi 600 Juta Rupiah, maka wajib menjadi PKP. Pernyataan tersebut diungkapkan Bapak Budi Kurniatio selaku staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa Direktorat Jenderal Pajak berikut ini

“di undang-undang itu sendiri belum banyak menyentuh mengenai e-commerce, kalau kita cari di undang-undang dengan kata-kata dengan keyword e-commerce itu baru ada 1

⁸³ Hasil Wawancara dengan Ahli Perpajakan, Jakarta, 14 Oktober 2008.

kata saja, jadi belum menyentuh secara technical, dan itu tidak ada detailnya, hanya ada di pasal 11 saja. Jadi ya terutama kalau secara fisik atau pemeriksaan fisik di lapangan ditemukan ada bahwa perusahaannya melakukan transaksi e-commerce dan sudah melebihi threshold yang 600 juta itu, ya berarti dikenakan dan wajib menjadi PKP.”⁸⁴

Padahal, dalam rangka menjadi *content provider* terkadang tidak sulit. Hal tersebut dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, seperti contohnya membuat *website* untuk menampilkan konten-konten yang akan ditawarkan oleh *content provider*. Hal itu serupa dengan pernyataan Bapak A. Haryowirasma selaku ketua IMOCA sebagai berikut,

“...menjadi content provider tidak susah, yang penting kalau ingin menggunakan server ataupun memiliki website di internet itu bisa dari rumah atau dari kantor harus ada link dari internetnya yang available 24 jam, terus tinggal daftarin domainnya, seperti .com atau .co.id. Kemudian tinggal dimasukan konten-konten yang ingin ditampilkan.”⁸⁵

Mengingat sebuah *content provider* dapat menjalankan bisnisnya dengan mudahnya, yaitu dengan hanya membuat *website* saja, tentunya akan sulit bagi pihak pemerintah untuk mendeteksi keberadaan *content provider*. Kemudian *virtual office* ini juga tidak diatur dalam undang-undang secara jelas dan detail, sehingga hal itu akan semakin mempersulit mengidentifikasi apakah *content provider* dapat menjadi Pengusaha Kena Pajak atau tidak. Hal ini dinyatakan oleh Bapak Budi Kurniawan, staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, sebagai berikut

“kalau dia hanya memiliki virtual office kalau secara undang-undang PPN iya seharusnya dapat dijangkau, tapi harus dipertegas lagi sebenarnya.”⁸⁶

⁸⁴ Hasil Wawancara dengan Staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, Direktorat Jenderal Pajak, Jakarta, 5 November 2008.

⁸⁵ Hasil Wawancara dengan Ketua *Indonesia Mobile and Online Content Association* (IMOCA), Jakarta, 29 Juli 2008.

⁸⁶ *Ibid.*

Dalam UU PPN Indonesia sendiri pengidentifikasian subjek pajak adalah seorang Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang memiliki *fixed base* di Indonesia. Hal itu sejalan dengan pernyataan Ibu Haula Rosdiana selaku ahli perpajakan sebagai berikut,

“...apabila yang ditanyakan tadi berhubungan dengan content provider, maka kalau yang istilahnya bisa di define sebagai Pengusaha Kena Pajak dalam UU PPN kita itu yang mempunyai fixed base di Indonesia, karena itu memang peraturan perpajakan itu sendiri harus mengikuti perkembangan teknologi..”⁸⁷

Dalam mengidentifikasi subjek pajak, pertama-tama dapat dilihat dari *domain name* nya. Apabila domain nya memiliki akhiran ‘.id’ maka *website* tersebut berada di Indonesia, berarti pengusaha tersebut kemungkinan besar berada di Indonesia. Domain tersebut merupakan CCTLD (*Country Code Top Level Domain*).

Namun, untuk lebih mengetahui mengenai data-data pemilik *domain* tersebut dapat menggunakan sebuah aplikasi yang dinamakan *who is service*. Dari layanan tersebut dapat diketahui *contact person* dari sebuah *content provider* yang websitenya berakhiran .id. Kemudian dari *who is* dapat diketahui *Internet Protocol (IP) address* yang dimiliki *content provider* tersebut, yang berdampak pada diketahuinya keberadaan *server* nya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Bapak J. Maeran selaku Sekertaris Jenderal PANDI

“kalau yang namanya .id pasti terdaftar di Indonesia, nah kalau mau liat dimana servernya bisa dilihat dari who is service nantinya. Who is itu buat mengecek punya siapa domain tersebut, dimanakah servernya, nah ini ngeceknnya disini. Nah disini, ada domain name nya, registrantnya siapa, billing contact nya siapa, administrasi contact nya siapa, technical contactnya siapa,

⁸⁷ Hasil Wawancara dengan Ahli Perpajakan, Jakarta, 14 Oktober 2008.

*servernya siapa, bisa dilihat servernya dengan melihat IP address nya siapa.*⁸⁸

Selain itu, keberadaan *virtual office* sebuah *content provider* dapat teridentifikasi dari dokumen-dokumen yang harus diserahkan ketika akan membuat sebuah *website* dengan domain '.id'. Adapun dokumen-dokumen yang diserahkan adalah SIUP, Kartu Identitas diri, serta akta notaris.

Apabila *content provider* berada di Indonesia, maka pemenuhan kewajibannya ada di tangan *content provider*. Pada hakekatnya salah satu karakteristik PPN adalah *indirect tax*, dimana pengenaan PPN dibebankan kepada pembeli namun pembeli disini tidak sekaligus berkewajiban menyetorkan pajaknya, tetapi penjual yang memiliki kewajiban menyetorkan. Hal tersebut berarti *content provider* harus memungut pajak yang ada, seperti konsep *withholding tax*. Atas kewajiban ini diatur dalam UU PPN Tahun 2000 Pasal 3A ayat (1) dan ayat (2).

2) *Content provider* berada di Luar Negeri

Terdapat juga *content provider* luar negeri yang memiliki konsumen di Indonesia. Menurut Thuronyi diharapkan agar semua *legal person* mendaftarkan diri untuk tujuan PPN, apabila melakukan aktivitas yang disebutkan dalam undang-undang di suatu negara. Meskipun hal tersebut tidak disebutkan secara khusus di dalam undang-undang PPN, tetapi pendekatan yang digunakan Pajak Penghasilan dalam menentukan apakah seseorang *resident* atau bukan, dapat digunakan untuk PPN.

Terkadang *server* dimana *website* tersebut tersimpan, dapat berada di luar Indonesia. Hal itu sesuai dengan pernyataan A. Haryowirasma selaku ketua IMOCA, yang menyatakan *website address* dengan akhir '.com' *domain* nya berada di luar negeri. Sehingga hal tersebut dapat menyulitkan

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Bapak J. Maeran selaku Sekertaris Jenderal PANDI, 12 November 2008.

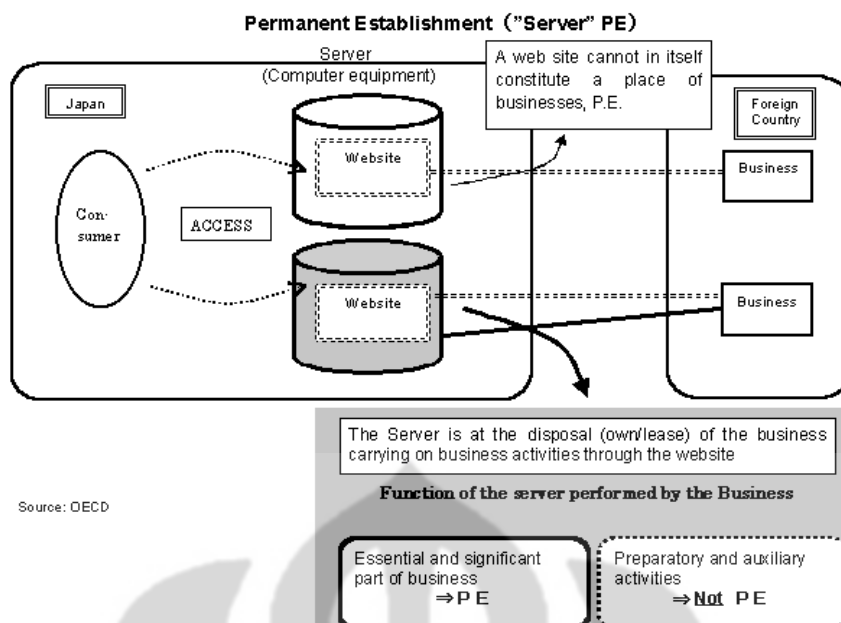
dalam mengidentifikasi Pengusaha Kena Pajak yang memiliki *fixed base* di Indonesia.

Di lain pihak, apabila *domain names* nya berakhiran *.com* yang merupakan *generic top level domain*, dimana pendaftaran domainnya berada di Amerika, akan sangat sulit untuk dideteksi keberadaannya. Pencarian data mengenai *website* atau nama domain tersebut dapat juga dicari melalui *who is service*. Akan tetapi data yang diisi belum tentu valid, karena tidak ada dokumen-dokumen pendukungnya, kemungkinan untuk melakukan pemalsuan data sangat besar. Ditambah lagi dengan adanya fasilitas *hidden* atau *privacy protect* yang membuat identitas diri pemilik nama domain atau *website* tersebut tidak teridentifikasi. Hal ini senada dengan pernyataan Bapak Shiddiq selaku IT Staff PANDI

*“Kalau untuk .com juga bisa diakses melalui who is service tetapi data yang diisi belum tentu valid, karena kan bisa saja asal-asalan, kemudian di .com dan top level domain lainnya ada fasilitas untuk hidden ataupun privacy protect, jadi registrant dan informasi mengenai pemilik domain ada privacy protect nya, jadi bisa tidak teridentifikasi”.*⁸⁹

Dalam OECD Model dijelaskan apakah *server* dapat dijadikan sebagai *permanent establishment* atau tidak. Hal ini dipaparkan dalam gambar berikut ini

⁸⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Shiddiq selaku IT Staff PANDI, pada tanggal 14 November 2008.



Gambar IV.3

Permanent Establishment

Sumber: www.mof.go.jp/english/tax/it/ita.htm#gg

Apabila sebuah *content provider* luar negeri dalam pelaksanaan usahanya memiliki *website* yang tersimpan di dalam sebuah *server* yang berada di Indonesia, maka penentuan *resident* nya tergantung apakah *server* tersebut ada lokasinya. Lokasi tersebut dapat mewakili *server* menjadi *permanent establishment* atau Bentuk Usaha Tetap (BUT). Dengan demikian, *content provider* yang berada di luar negeri tersebut dapat diidentifikasi sebagai Pengusaha Kena Pajak apabila *server* tersebut berlokasi di Indonesia untuk jangka waktu tertentu sehingga dapat dikatakan tetap sehingga memiliki BUT. Hal tersebut berlaku apabila *website* tersebut merupakan hal yang penting dan merupakan bagian dari pelaksanaan bisnis *content provider*. Dalam undang-undang PPN Tahun 2000, BUT termasuk ke dalam pengertian badan.

Akan tetapi terdapat beberapa hal penting yang perlu dilihat, yaitu apakah perusahaan yang mengoperasikan *server* berbeda dengan perusahaan yang melaksanakan bisnisnya melalui *website*. Dalam hal ini beberapa

content provider menggunakan jasa *Internet Service Provider* (ISP), atau yang biasa disebut ISP, untuk menjadi *host* atas *server* tempat *website* tersimpan. Namun ISP tidak memiliki kewenangan untuk membuat kontrak atas nama perusahaan. ISP dapat dianggap sebagai agen bebas yang bertindak dalam jalur usahanya sendiri, karena umumnya ISP hanya menjadi *host* atas *website* dari banyak perusahaan. Lain halnya apabila sebuah *content provider* memiliki *server*nya sendiri, dalam konteks ini mengoperasikan *server* yang di dalamnya tersimpan *website*, maka *server* tersebut dapat dianggap menjadi BUT.

Berbicara mengenai *taxable person* tidak lepas dari kewajiban yang harus dilakukannya. Dalam UU PPN Tahun 2000, kewajiban tersebut diatur dalam Pasal 3A. Apabila *content provider* berada di luar negeri, maka dalam pemenuhan kewajibannya adalah *self assessment VAT* (*Value Added Tax*), dimana kewajibannya digeser kepada konsumennya. Hal ini tercantum pada Pasal 3A ayat 3.

b. *Internet Service Provider* (ISP)

Sama halnya dengan perlakuan PPN terhadap *content provider*, ISP juga merupakan *taxable person* yang melakukan penyerahan barang atau jasa dalam ruang lingkup PPN. Sehingga ISP wajib menjadi Pengusaha Kena Pajak apabila telah melebihi *threshold* yang ada. Hal itu senada dengan pernyataan Bapak Budi Kurniatio selaku staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa Direktorat Jenderal Pajak berikut ini,

*“kalau ISP mungkin bisa kita lihat kan pengusahanya dimana lokasinya dan lebih kelihatan kan pengusahanya, sama juga dari pemeriksaan juga lihatnya, kalau dia belum PKP, ya kan yang diserahkan JKP (Jasa Kena Pajak) kan, saat itu apabila dia melebihi threshold menjadi PKP yaitu 600 juta, berarti dia wajib menjadi PKP, atas charge2 yang dikenakan kepada customernya ya berarti dikenakan PPN nantinya.”*⁹⁰

⁹⁰ Hasil Wawancara dengan Staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, Direktorat Jenderal Pajak, Jakarta, 5 November 2008.

Kemudian ISP akan melakukan kewajiban-kewajiban pemungutan atas PPN yang telah dipungutnya. Dalam hal ini, perlakuan pada ISP tunduk pada UU PPN Tahun 2000, Pasal 3A ayat (1) dan (2) apabila telah menjadi PKP.

c. Operator Telepon Seluler

Sebagaimana kita ketahui, operator telepon seluler kebanyakan merupakan sebuah badan yang berbentuk Perseroan Terbatas. Bahkan seringkali perusahaan-perusahaan tersebut sudah *go public* (Tbk-terbuka). Hal ini berarti omzet perdagangannya sudah cukup besar. Salah satu implikasi perpajakannya adalah wajibnya perusahaan operator telepon seluler menjadi PKP. Atas dasar itu, perusahaan operator telepon seluler wajib melakukan kewajibannya sesuai dengan UU PPN Tahun 2000, Pasal 3A ayat (1).

d. *End User*

Berdasarkan UU PPN tahun 2000, secara garis besar subjek PPN dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu PKP dan bukan PKP. Sebagai konsumen dari *content provider*, *end user* merupakan subjek PPN yang bukan PKP. *End User* disini merupakan penerima BKP dan atau JKP sehingga tetap termasuk subjek pajak dan dapat dikenakan pajak. Apabila *end user* merupakan penerima BKP dan atau JKP dari *content provider* luar negeri, maka kewajiban perpajakannya ada di tangan *end user*. Hal ini terdapat dalam UU PPN Tahun 2000, Pasal 3A ayat 3.

2. Layanan Short Message Service (SMS)

Salah satu produk *content provider*, selain konten-konten *download* adalah konten SMS. Layanan konten SMS yang sedang menjadi tren ini merupakan produk *content provider* yang paling sering ditawarkan dan biasa dilakukan oleh *content provider* di dalam negeri. Pada hakekatnya layanan SMS merupakan sebuah jasa karena proses atau aktivitas tidak dapat dilihat dan susah untuk diberi hak paten.

Adapun konten layanan SMS yang paling digemari adalah SMS konsultasi dan SMS Rohani. Penyerahan atas layanan SMS tersebut terdiri dari beberapa transaksi dan melibatkan beberapa pihak, yaitu:

a. SMS Rohani

Layanan SMS rohani ini merupakan layanan harian yang dikirim setiap hari ke SMS pelanggan yang memintanya. Permintaan atas pelanggan tersebut dilakukan dengan cara meregistrasi ke *short code* yang dimiliki oleh *content provider*. Layanan SMS ini sendiri melibatkan beberapa pihak dan beberapa transaksi. Adapun transaksi dan pihak yang terkait adalah sebagai berikut:

a) Pembayaran atas Jasa Telekomunikasi oleh operator

Operator berperan menyediakan jaringan telekomunikasi, sehingga SMS yang dikirim oleh pelanggannya dapat mendapat balasan yang sesuai. Kemudian jasa telekomunikasi yang diberikan oleh operator juga berupa pemberian nomor *short code* kepada *content provider*. Transaksi ini merupakan penyerahan terutang PPN, yaitu atas jasa telekomunikasi yang diberikan operator. Hal ini diatur dalam Pasal 4 huruf C UU PPN Tahun 2000. Atas PPN yang telah dibayarkan kepada operator merupakan Pajak Masukan bagi *content provider*.

b) Pembayaran atas jasa konsultasi kepada para pemuka agama

Dalam menyediakan layanan SMS, dalam hal ini SMS rohani, *content provider* bekerja sama dengan para pemuka agama yang dirasakan memiliki banyak massa. Pembayaran atas jasa konsultasi kepada para pemuka agama ini dilakukan dengan cara *revenue sharing*. Transaksi pembayaran jasa konsultasi kepada para pemuka agama ini merupakan penyerahan atas jasa, yang diatur dalam Pasal 4 huruf c UU PPN Tahun 2000. PPN yang dibayarkan kepada para pemuka agama merupakan Pajak Masukan bagi *content provider*.

c) Pemberian layanan SMS kepada pelanggan

Layanan SMS yang diberikan kepada pelanggan ini merupakan objek pajak. Hal itu dikarenakan atas transaksi tersebut merupakan penyerahan atas Jasa Kena Pajak, yang diatur dalam Pasal 4 huruf c UU PPN Tahun 2000. Hal ini senada dengan pernyataan Bapak Budi Kurniawan selaku staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa sebagai berikut

“kalau layanan SMS itu apapun bentuknya masuknya ke jasa, yaitu jasa telekomunikasi, dalam UU PPN ada di pasal 4 huruf c, dan dia tidak termasuk jasa yang dikecualikan kan dalam Pasal 4A ayat 3 dan PP 143 Tahun 2000.”⁹¹

PPN yang dipungut atas layanan yang disediakan oleh *content provider* merupakan Pajak Keluaran baginya.

b. Kuis SMS

Dalam layanan kuis SMS ini *content provider* bekerja sama dengan sebuah *partner* yang bergerak dalam bidang usaha tertentu. Dalam hal ini *content provider* merupakan penyambung *partner* dengan operator. Adapun transaksi-transaksi yang terkait adalah

a) Pembayaran atas Jasa Telekomunikasi oleh operator

⁹¹ *Ibid.*

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, atas transaksi ini terutang PPN, yang tunduk pada Pasal 4 huruf c UU PPN Tahun 2000.

b) Pembayaran atas jasa yang disediakan oleh *content provider*

Sebagai penyambung ke operator, *partner* membayarkan sejumlah nominal kepada *content provider*. Pembayaran tersebut tergantung kepada kontrak yang telah disepakati oleh keduanya. Pembayaran tersebut dapat berupa *revenue sharing*, apabila *traffic* SMS nya ramai, atau dapat juga dengan pembayaran tiap bulannya apabila *traffic* SMS nya tidak terlalu ramai dan jangka waktunya singkat. Transaksi tersebut tentunya tidak terlepas dari pengenaan PPN. Pembayaran jasa tersebut termasuk Penyerahan Jasa Kena Pajak, yang tunduk pada Pasal 4 huruf c UU PPN Tahun 2000. Pembayaran PPN oleh *partner* ini merupakan Pajak Keluaran bagi *content provider*.

Konten SMS merupakan penyerahan atas jasa oleh *content provider*. dalam mengidentifikasi saat terutangnya konten SMS adalah pada saat terjadi penyerahan atas layanan tersebut. Dengan kata lain, saat terutangnya adalah pada saat SMS diterima oleh pelanggan. Sedangkan untuk tempat terutangnya pajak adalah tempat diterimanya jasa tersebut. Hal ini senada dengan pernyataan Alan Tait yang menyatakan tempat terutangnya penyerahan jasa adalah negara tempat diterimanya jasa tersebut. Maka penyerahan jasa yang terutang PPN hanyalah jasa yang diterima/dikonsumsi di dalam negeri.

c. Pengusaha Kena Pajak

Atas pajak yang terutang ini *content provider* melakukan kewajiban perpajakannya seperti yang terdapat dalam Pasal 3A. Hal itu dilakukan sepanjang *content provider* berada di dalam Daerah Pabean dan *content provider* tersebut sudah melebihi *threshold* yang ada atau belum mencapai *threshold* tetapi sudah memilih menjadi PKP.

Adapun Pajak yang terutang, dihitung berdasarkan Dasar Pengenaan Pajak (DPP) yang ada. Berdasarkan kontrak *revenue sharing*, maka Dasar Pengenaan Pajak (DPP) PPN nya adalah dari *revenue sharing* yang diterima.

Misal: Telah disepakati *revenue sharing* antara operator dengan *content provider* adalah 50:50, sedangkan antara *content provider* dengan *partner* adalah 60:40. Tarif SMS per konten adalah Rp.5000, setelah melakukan rekonsiliasi dengan operator, *traffic* SMSnya mencapai angka 80.000. Maka *revenue sharing*nya untuk *content provider* dengan operator adalah:

$$\text{Revenue} : \text{Rp } 5000 \times 80.000 = \text{Rp } 400.000.000$$

$$\text{Revenue sharing untuk } \textit{content provider} \text{ dengan pihak operator: } 1/2 \times \text{Rp. } 400.000.000 = \text{Rp. } 200.000.000$$

Maka DPP untuk Pajak Keluaran *content provider* adalah:

$$10\% \times \text{Rp } 200.000.000 = \text{Rp } 20.000.000$$

Kemudian *revenue sharing* dengan pihak *partner* adalah:

$$60/100 \times \text{Rp } 200.000.000 = \text{Rp } 120.000.000$$

$$\text{Maka DPP Pajak Masukannya adalah: } 10\% \times \text{Rp } 120.000.000 = \text{Rp. } 12.000.000.$$

3. Jasa *Carriage Service Providers*

Dalam penyaluran konten-kontennya, *content provider* membayar sebuah *website* atau *network operator* agar konten-kontennya dapat ditampilkan oleh *website* atau *network operator*. Berdasarkan OECD Model, atas transaksi ini dinamakan *carriage fees*, yang penjelasannya sebagai berikut

*“A content provider pays a particular website or network operator in order to have its content displayed by the website or network operator.”*⁹²

⁹² OECD, *Opt.Cit.*, hlm.174.

Dalam peraturan perpajakan Indonesia sendiri mengatur bahwa transaksi di atas merupakan penyerahan atas Jasa Kena Pajak. Penyerahan tersebut mengacu kepada Pasal 4 huruf c UU PPN Tahun 2000. PPN yang terutang merupakan Pajak Masukan bagi *content providers*.

Sebuah *content provider* dalam pelaksanaan usahanya tidak terlepas dari penggunaan internet dan *website*. Untuk itu *content provider* biasanya bekerja sama dengan *Internet Service Provider* (ISP). Dalam rangka menopang usahanya, *content provider* biasanya melakukan transaksi-transaksi seperti sewa *leased line* dan *domain* untuk alamat *websitenya*.

4. Transaksi atas *leased line* dan *server*

Leased line adalah saluran koneksi telepon permanen antara dua titik yang disediakan oleh perusahaan telekomunikasi. Penyewaan *leased line* itu sendiri memungkinkan *content provider* memiliki jalur khusus yang hanya dapat dipakai oleh *content provider*, sehingga *content provider* dapat mengakses internet dengan kecepatan tinggi. Sedangkan portal adalah aplikasi berbasis web. Aplikasi ini menyediakan akses suatu titik tunggal dari informasi online terdistribusi, seperti dokumen yang di dapat melalui pencarian, kanal berita dan link ke situs khusus.⁹³ Untuk memudahkan pengguna biasanya disediakan kemampuan pencarian dan pengorganisasian informasi. Transaksi sewa *leased line* dan portal tersebut merupakan penyerahan atas Jasa Kena Pajak. Hal itu senada dengan pernyataan Haula Rosdiana yang menyatakan,

“jadi yang diberikan ISP itu adalah menyediakan jasa bukan menyediakan barang, kalau misalnya katakanlah tadi, jasanya disalurkan melalui satellite, nah satellite itu kan kita bisa bilang dia justru barang tidak bergerak, kalau dia melekat pada barang tidak bergerak, lokasi itu mempengaruhi kedudukannya ada di mana, dan leased line dan portal tadi harusnya jasa, kalau kita misalnya bilang itu BKP tidak berwujud itu ga pas, karena BKP tidak berwujud itu kan seperti copyrights, license dan itu tidak bisa

⁹³ “Fundamental Portal”, www.ilmukomputer.com, diunduh pada tanggal 29 Oktober 2007.

masuk kesitu, jadi sebetulnya dia jasa, dan karakteristiknya adalah jasa."⁹⁴

Hal tersebut sama halnya dengan transaksi sewa *server*. Dalam pelaksanaan usahanya *content provider* dapat memiliki *server* sendiri atau menyewa *server* atau mesinnya. Dalam hal memiliki *server* sendiri, yang biasa disebut *collocation*, *content provider* hanya menyewa tempat untuk meletakkan *server* nya tersebut, yang biasa disebut rakmon. Atas transaksi ini dikenakan PPN atas penyerahan Jasa Kena Pajak. Sedangkan apabila *content provider* tidak memiliki *server* sendiri maka dapat menyewa *server*. Dalam penyewaan *server* dapat dilakukan dengan cara menyewa *dedicated server*, dimana *server* dan rak disewa sendiri, serta tidak berbagi dengan pihak lain. Kemudian dapat dilakukan melalui penyewaan *virtual private server* yang lingkupnya lebih kecil daripada *dedicated server*, dimana *content provider* akan berbagi mesin dengan pihak yang lain, akan tetapi tetap memiliki akses penuh terhadap *server* tersebut.⁹⁵ Transaksi tersebut merupakan penyerahan atas Jasa Kena Pajak yang terutang PPN.

Berdasarkan SE 08/PJ.5/1995 yang mengatur Saat Dimulainya Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud Atau Jasa Kena Pajak dari Luar Daerah Pabean, Penghitungan, Serta Tata Cara Pemungutan, Penyetoran, dan Pelaporannya, terdapat aturan yang mengatur jasa yang melekat pada barang tidak bergerak. adapun penjelasannya adalah sebagai berikut

“Jasa yang berasal dari luar Daerah Pabean, yang melekat pada atau ditujukan untuk barang tidak bergerak yang berada dalam Daerah Pabean dan dimanfaatkan oleh orang pribadi atau badan, baik yang berstatus sebagai Pengusaha Kena Pajak maupun yang berstatus bukan sebagai Pengusaha Kena Pajak, di dalam Daerah Pabean Indonesia”

Mengacu pada Surat Edaran ini berarti sewa *leased line* maupun portal, serta *server* yang disalurkan melalui *satellite* merupakan pemanfaatan jasa yang

⁹⁴ Hasil Wawancara dengan Ahli Perpajakan, Jakarta, 14 Oktober 2008.

⁹⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Shiddiq selaku IT Staff PANDI, pada tanggal 14 November 2008.

berasal dari Luar Daerah Pabean, yang melekat pada barang tidak bergerak. Menurut Bapak Budi Kurniawan selaku staff Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa, atas transaksi tersebut lebih mengarah ke jasa, yang mengacu pada Pasal 4 huruf e UU PPN Tahun 2000.

Apabila *content provider* berada di dalam negeri, maka kewajiban perpajakan berada pada pihak *content provider*. Hal tersebut dikarenakan jasa dimanfaatkan dari Luar Daerah Pabean.

