

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODE PENELITIAN

A. Tinjauan Pustaka

Untuk menghasilkan sebuah penelitian yang komprehensif dan berkorelasi, maka peneliti mengambil sebuah penelitian awalan sebagai bahan rujukan yang bahasan penelitiannya memiliki relevansi serupa dengan penelitian ini. Diharapkan dengan rujukan tersebut dapat membentuk kerangka dasar berpikir peneliti dalam melakukan kajian. Adapun penelitian yang dijadikan rujukan adalah penelitian yang berjudul *Perlakuan Pajak Terhadap Transaksi Download Nada Dering Dalam E-Commerce*.¹⁴ Penelitian tersebut membahas perlakuan Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas *download* nada dering yang dilakukan antara operator, *content provider* dan *end user*.

Dalam skripsi tersebut juga membahas kendala-kendala yang ada dalam pengenaan pajak *content* nada dering. Penelitian ini dapat memberikan kejelasan mengenai perlakuan Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap transaksi *download* nada dering. Pemahaman mengenai perlakuan pajak terhadap nada dering dapat membantu penyedia layanan *download* nada dering untuk dapat menjalankan kewajiban perpajakannya. Sedangkan bagi Direktorat Jenderal Pajak penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan perpajakan, khususnya mengenai perlakuan pajak terhadap transaksi *download* nada dering.. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penulis lebih menitikberatkan pengenaan Pajak Pertambahan Nilai terhadap *content provider* terhadap beberapa transaksinya, bukan hanya pada *content* nada dering saja. Seperti halnya dalam permasalahan penentuan objek

¹⁴ Laila Suswita, *Perlakuan Pajak Terhadap Transaksi Download Nada Dering Dalam E-Commerce* (Skripsi, FISIP UI, Depok, bahan tidak diterbitkan, 2005).

pajak, penelitian yang dilakukan sekarang bersifat melanjutkan penelitian yang sudah ada. Akan tetapi penelitian yang dilakukan terhadap objek pajak dalam lingkup yang lebih luas, yaitu produk-produk *content provider*. Kemudian, peneliti akan mengidentifikasi saat dan tempat terutangnya atas produk-produk *content provider* serta implikasi perpajakan terhadap pengusahanya.

1. Konsep dan Teori Pajak Pertambahan Nilai

a. *Legal Character*

Pajak penjualan dapat dipungut melalui berbagai cara, contohnya, secara langsung, atau secara tidak langsung sebagai Pajak Penjualan (PPn) ataupun sebagai Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Hal tersebut bukan merupakan teknik pemungutan pajak, akan tetapi merupakan *legal character* atau ciri-ciri dari suatu jenis pajak yang menentukan apakah suatu pajak merupakan Pajak Penjualan. Secara umum *legal character* dari Pajak Penjualan dapat digambarkan sebagai pajak tidak langsung atas konsumsi yang bersifat umum (*general indirect on consumption*). Ben Terra membagi-bagi *legal character* dari pajak tidak langsung atas konsumsi yang bersifat umum sebagai berikut:¹⁵

a) *General*

Pajak Penjualan merupakan pajak yang *general* (bersifat umum) atas konsumsi. Dalam hal ini *general* berbeda dari yang khusus, cukai adalah contoh dari pajak yang khusus. Pajak Penjualan diharapkan dapat memajaki semua pengeluaran pribadi. Maka atas pemikiran tersebut Pajak Penjualan tidak boleh dibedakan antara barang dan jasa, dimana keduanya tersebut mewakili konsumsi. Hal tersebut masuk akal, karena beberapa barang dapat digantikan oleh jasa tertentu. Dengan kata lain yang harus menjadi objek

¹⁵ Ben Terra, *Sales Taxation: The Case Of Value Added Tax in The European Community*, (Deventer-Boston: Kluwer Law and Taxation Publishers, 1988), hlm.7-14.

Pajak Pertambahan Nilai adalah barang dan jasa, dan tidak hanya barang saja atau jasa saja karena pengeluaran itu dapat dalam bentuk barang maupun jasa.

b) On Consumption

Pajak Penjualan adalah pajak atas konsumsi. Pajak terutang ketika konsumen telah melakukan pengeluaran (*expenditure*). Beberapa barang dapat di konsumsi semuanya atau secepatnya. Sedangkan barang konsumsi lainnya merupakan suatu proses yang berkelanjutan. Barang yang demikian digunakan untuk jangka panjang dan tak jarang selamanya, seperti harta tak gerak. Perbedaan antara manfaat yang bersifat secepatnya dan berkelanjutan dalam Pajak Penjualan tidak menjadi masalah. Pajak ini terjadi pada saat konsumen melakukan pengeluaran dan dikenakan pajak terhadap seorang yang melakukan pengeluaran.

c) Indirect

Pada umumnya, pajak atas konsumsi dipungut secara tidak langsung. Ben Terra membatasi pajak tidak langsung sebagai salah satu yang tidak dipungut secara langsung atas seseorang, tetapi dipungut dengan beberapa cara lain, khususnya pajak atas produksi atau import dari barang-barang yang digunakan atau dikonsumsi. Oleh karena itu harga yang dibebankan kepada konsumen menjadi lebih besar, demikian juga pajak yang harus dibayar dapat menaikkan harga. Pengertian dari pajak tidak langsung dan perbedaan-perbedaannya dari pajak langsung yang didasarkan atas konsumsi mengenai pengalihan beban pajak, hal tersebut berarti bahwa pajak tidak langsung dapat dialihkan sepenuhnya kepada konsumen dan direfleksikan sepenuhnya dalam harga penjualan, dan sebaliknya.

b. Pengertian Pajak Pertambahan Nilai

Setelah mengetahui *legal character*, merupakan hal yang penting untuk memahami apa itu Pajak Pertambahan Nilai. Pajak Pertambahan Nilai pada dasarnya merupakan Pajak penjualan yang dipungut atas dasar nilai tambah yang timbul pada semua jalur produksi dan distribusi.¹⁶ Sedangkan pengertian Value Added, menurut Alain Tait adalah sebagai berikut :

“Value Added is the value that a producer (whether a manufacturer, distributor, advertising agent, hairdresser, farmer, race horse trainer or circus owner) adds to his raw material or purchases (other than labor) before selling the new or improved product or service. That is, the inputs (the raw materials, transport, rent advertising and so on) are bought, people are paid wages to work on these inputs and, when the final good and service is sold, some profit is left. So value Added can be looked at from the additive side (wages plus profits) or from the subtractive side (output minus inputs).”¹⁷

Berdasarkan pengertian yang dipaparkan oleh Alan Tait diatas, maka *value added* dapat dilihat dari dua sisi. Hal tersebut dapat dilihat dari formula di bawah ini

$$\text{Value Added} = \text{Wages} + \text{profits} = \text{output} - \text{input}$$

Dari pengertian di atas, maka pajak atas pertambahan nilai tersebut dinamakan *Value Added Tax*.

Menurut Melville di dalam bukunya, *Value Added Tax (VAT)* dinyatakan sebagai sebuah pajak tidak langsung yang dikenakan atas penyerahan atas bermacam-macam barang dan jasa, dimana prinsip dasarnya adalah suatu pajak

¹⁶ *Ibid.*, hlm 214.

¹⁷ Alan A. Tait, *Value Added Tax: International Practice and Problems*, (Washington D.C: International Monetary Fund, 1988) hlm. 4.

yang harus dikenakan pada setiap proses produksi dan distribusi tetapi jumlah pajak yang terutang dibebankan kepada konsumen akhir yang memakai produk tersebut.¹⁸

Smith dkk mendefinisikan Value Added Tax (VAT) sebagai berikut:

“The VAT is tax on the value added by a firm to its products in the course of its operation. Value Added can be viewed either as the difference between a firm’s, sales and its purchase during an accounting period or as the sum of its wages, profits, rent, interest and other payments not subject to the tax during that period.”¹⁹

Berdasarkan pengertian yang diutarakan oleh Smith, VAT dapat dilihat sebagai selisih antara penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam suatu periode akuntansi tertentu.

c. Sistem Pemungutan dalam Pajak Pertambahan Nilai

Ben Terra membagi dua jenis sistem pemungutan Pajak Penjualan, yaitu Single-stage levies dan Multiple-stage levies.²⁰ Adapun *Multiple Stage Tax* adalah karakteristik Pajak Pertambahan Nilai yang dikenakan pada setiap mata rantai jalur produksi maupun jalur distribusi.²¹ *Multiple Stage Levies* terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) *Cumulative Multiple Stage Levies*
- 2) *Noncumulative Multiple Stage Levies*²²

Sistem pemungutan yang dipakai dalam Pajak Pertambahan Nilai adalah *Noncumulative Systems*. Pajak dipungut beberapa kali pada semua mata rantai

¹⁸ Alan Melville, *Taxation: Finance Act 2000*, (London: Pearson Education Limited, 2001), hlm 467.

¹⁹ Haula Rosdiana dan Rasin Tarigan, *Perpajakan: Teori dan Aplikasi*, Edisi 1, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hlm 215.

²⁰ Ben Terra, *Op.Cit.*, hlm 21.

²¹ Untung Sukardji, *Pajak Pertambahan Nilai*, Edisi revisi, cet-7, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hlm 21.

²² *Op.Cit.*, hlm 25.

jalur produksi dan distribusi namun hanya pada pertambahan nilainya saja. Nilai tambah ini timbul karena dipakainya faktor produksi di setiap jalur peredaran suatu barang termasuk semua biaya untuk mendapatkan laba, bunga, sewa dan upah kerja. Pertambahan nilai ini biasanya tercermin dari selisih antara harga penjualan dengan pembelian. Karena dasar pengenaan pajak ini adalah nilai tambah, maka disebut dengan Pajak Pertambahan Nilai (*Value Added Tax*).²³

d. Metode Penghitungan PPN

Alan Tait menjabarkan metode dalam menghitung Pajak Pertambahan Nilai. Sebagaimana yang disebutkan berikut ini :

If we wish to levy a tax rate (t) on this value added, there are four basic forms that can produce an identical result:

- (1) t (wages + profits): the additive-direct or accounts method.*
- (2) t (wages) + t (profits): the additive-indirect, so called because value added itself is not calculated but only the tax liability on the components of value added.*
- (3) t (output- input): the subtractive – direct (also an accounts) method, sometimes called the business transfer tax; and*
- (4) t (output) – t (input): the subtractive-direct (the invoice or credit) method and the original EC model.*²⁴

Metode pertama dan kedua merupakan metode yang dilihat dari *wages* dan *profits* dimana metode ini merupakan *addition method*. Sedangkan metode ketiga dan keempat menghitung melalui *output* dan *input*-nya, yang disebut *subtraction method*. Namun, metode yang paling populer adalah metode keempat.

Di bawah ini akan dijelaskan metode *subtraction*, mengingat keunggulan dan aplikasinya yang sudah secara luas diterapkan di banyak Negara.

1) The Subtractive-Direct Method

²³ Haula Rosdiana dan Rasin Tarigan, *Op.Cit.*, hlm 212.

²⁴ Alan Tait. *Op.Cit.*, hlm.4.

Metode ini dikenal juga dengan nama *account method* atau *business transfer tax*. Pajak dihitung dengan cara mengurangi harga penjualan dengan harga pembelian dan langsung dikalikan tarif.

2) *The Subtractive-Indirect (The Invoice or Credit)*

Pajak dihitung dengan cara mengurangi selisih pajak yang dipungut pada waktu penjualan (*output tax*) dengan jumlah pajak yang telah dibayar pada waktu pembelian (*input tax*). Jadi dalam metode ini, yang dikurangkan adalah pajaknya. Oleh karena itu, metode ini dikenal juga dengan metode kredit. Untuk mengetahui berapa pajak yang telah dibayar atau dipungut harus ada dokumen yang dapat membuktikannya. Tait mengatakan: *the invoice method creates a good audit trail*. Oleh karena itu, dalam mengawasi penerapan metode kredit pajak, invoice atau faktur pajak mempunyai peranan yang sangat vital dan karena itu pula metode *indirect* ini seringkali disebut dengan metode Faktur Pajak (*invoice method*).²⁵

e. Yurisdiksi Pemajakan dalam PPN

Menurut Victor Thuronyi, terdapat dua prinsip yang berlawanan atas lingkup teritorial VAT, yaitu:

1) *Origin Principle* (prinsip asal)

Berdasarkan prinsip ini, yurisdiksi pemajakan suatu negara adalah negara tempat transaksi tersebut berasal atau dibuat.

2) *Destination Principle* (prinsip tujuan)

Berdasarkan prinsip ini yurisdiksi pemajakan suatu negara adalah Negara dimana transaksi tersebut dituju untuk dikonsumsi.²⁶ Menurut Ben terra, berdasarkan *destination principle*, Negara yang berhak mengenakan pajak adalah Negara dimana barang tersebut dikonsumsi.

²⁵ Haula Rosdiana. *Op.Cit.*, hlm. 222.

²⁶Victor Thuronyi,ed, *Tax Law Design and Drafting, chapter 6, Value-Added Tax*, volume 1, (USA: International Monetary Fund, 1996).

Apabila barang diimpor maka akan dikenakan pajak sedangkan apabila barang diekspor maka tidak akan dikenakan pajak.²⁷

Berdasarkan *European Commission* dan OECD, VAT dan *destination principle* dinyatakan sebagai berikut

*“The VAT should permit the unequivocal application of the destination principle. In other words, commodities should be taxed in the country where they are consumed, not the country where they are produced. This means that the tax on imported goods should be the same as the tax on domestically produced goods, and exports should leave the country completely free of tax”*²⁸

Alan Tait menyatakan bahwa seluruh sistem PPN saat ini didasarkan pada *destination principle* dimana pada garis perbatasan fiskal harus benar-benar diyakinkan bahwa atas ekspor PPN-nya dikembalikan secara penuh atas yang telah dibayarkan di dalam negeri sehingga tidak mengandung nilai PPN yang dibayar di dalam negeri, dan PPN dikenakan atas impor dengan tarif yang sesuai.²⁹

f. Tempat dan Waktu Terutang Pajak

Sebuah barang dianggap sebagai suatu penyerahan apabila barang tersebut didistribusikan kepada *customer*, dimana barang tersebut berada di suatu lokasi secara fisik.³⁰ Jika barang tersebut berada di luar negeri ketika didistribusikan, maka penyerahan tersebut merupakan penyerahan di luar lingkup PPN. Namun, apabila barang tersebut diimpor maka atas penyerahan tersebut menjadi terutang PPN atas impor. Apabila suatu barang dirakit, maka tempat penyerahannya adalah tempat dimana perakitan tersebut dilakukan. Pada

²⁷ Ben Terra, *Op.Cit.*, hlm.13.

²⁸ *European Commission* dan OECD, *Value Added Taxes in Central and Eastern European Countries*, (Paris: OECD Publications, 1998), hlm 13.

²⁹ Alan A. Tait, *Op.Cit.*, hlm.223.

³⁰ *Ibid.*, hlm 371

dasarnya, menurut Dora Hancock, waktu terutangnya pajak atas penyerahan barang (*supply of goods*) terbagi atas:³¹

- Apabila suatu barang dipindahkan, maka waktu terutangnya pada saat dipindahkan.
- Apabila sebuah barang tidak untuk dipindahkan, maka waktu terutangnya adalah pada waktu barang tersebut dibuat agar tersedia untuk orang-orang, yang nantinya barang tersebut akan diserahkan.
- Apabila suatu barang dipindahkan sebelum diketahui apakah penyerahan akan berlangsung atau tidak, maka waktu terutangnya adalah ketika suatu penyerahan sudah pasti berlangsung.

Menurut Alan Tait, terdapat dua pilihan dalam menentukan tempat penyerahan jasa. Pertama adalah Negara tempat diterimanya jasa tersebut (*received*) dan yang kedua adalah Negara tempat dibuatnya jasa tersebut (*performed*).³² Berdasarkan kategori yang pertama, penyerahan jasa yang terutang PPN hanyalah jasa yang diterima/dikonsumsi di dalam negeri. Berdasarkan kategori yang kedua, PPN terutang di Negara tempat dibuatnya jasa tersebut, tanpa melihat dimana jasa tersebut akan dikonsumsi.

g. Penyerahan Barang (*Supply of Goods*)

Dalam undang-undang PPN selalu ada definisi mengenai penyerahan barang dan jasa. Adapun definisi dari penyerahan barang adalah perpindahan hak untuk memberikan barang berwujud yang bergerak atau barang tidak bergerak.³³ Berkembangnya banyak transaksi di lapangan mengharuskan definisi mengenai penyerahan membutuhkan perluasan. Menurut Alan A. Tait, terdapat beberapa

³¹ Dora Hancock, *An Introduction to Taxation*, (Great Britain: Hartnolls Ltd, 1994), hlm. 296.

³² *Ibid.*, hlm. 391.

³³ Victor Thuronyi, ed, *Opt. Cit.*, hlm.22.

hal dimana sebuah penyerahan dikategorikan ke dalam penyerahan barang, yaitu:³⁴

- Kepemilikan eksklusif yang diberikan kepada orang lain.
- Perpindahan yang berlangsung dibawah perjanjian seperti sewa atau sewa-beli.
- Barang yang diproduksi dari material orang lain.
- Bunga atas penggunaan tanah untuk periode yang lama
- Barang yang diambil dari perusahaan untuk penggunaan pribadi
- Asset bisnis yang dialihkan.

h. Penyerahan Jasa (*Supply of Services*)

Pada dasarnya pengidentifikasian jasa merupakan hal yang sulit untuk dilakukan bila dibandingkan dengan barang. Pengidentifikasian jasa biasanya dilakukan dengan melihat hal yang tersisa (*residual*), tidak dengan *individual itemization*. Hal ini berarti setiap penyerahan atau aturan yang mengatakan hal tersebut adalah bukan penyerahan atas barang, maka secara otomatis penyerahan tersebut adalah penyerahan akan jasa.

Penyerahan atas jasa sering didefinisikan sebagai setiap penyerahan dalam ruang lingkup PPN yang bukan termasuk penyerahan atas barang atau penyerahan atas tanah.³⁵ Adapun hal-hal yang termasuk jasa antara lain adalah:³⁶

- Setiap penyerahan yang dianggap bukan barang
- Peminjaman barang
- Penyewaan barang
- Persetujuan untuk tidak melakukan sesuatu
- Pemberian hak

³⁴ Alan A. Tait, *Op.Cit.*, hlm. 386.

³⁵ Victor Thuronyi, ed, *Opt.Cit.*, hlm. 25.

³⁶ Alan A. Tait, *Op.Cit.*, hlm.387.

Hukum PPN jarang memisahkan definisi mengenai penyerahan. Penyerahan terjadi apabila ada sebuah transaksi atau kegiatan yang bersangkutan dengan *taxable person*, dimana pihak tersebut menerima pembayaran atas transaksi atau kegiatan yang dilakukan tersebut. Hal tersebut menjelaskan konsep mengenai PPN dalam arti luas. Sedangkan dalam arti sempit, setiap penyerahan yang membatasi pengertian dari penyerahan atau jasa akan mengeluarkan aktivitas-aktivitas ekonomi dari ruang lingkup PPN.

i. Taxable Persons

PPN dikenakan atas penyerahan barang dan jasa. 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.³⁷ *Taxable person* merupakan orang yang bertanggung jawab atas PPN, akan tetapi tidak semua orang yang bertanggung jawab atas PPN, yang bertanggung jawab atas PPN adalah mereka yang melaksanakan bisnis.

Menurut Victor Thuronyi, *taxable person* adalah seseorang yang berada di dalam ruang lingkup PPN.³⁸ Hukum PPN sebaiknya memasukkan semua *legal person* yang diciptakan di bawah undang-undang negara, berkaitan dengan aktivitas ekonomi dan hal sejenis lainnya, serta semua *physical person*. Hal ini berarti memungkinkan semua *legal* dan *physical person* berpotensi untuk menjadi *taxable person*.

Menurut pendapat Melville, mengartikan *taxable person* sebagai

*Formally, VAT is chargeable when supply or services are made in the UK by a taxable person in the course of business. For VAT purposes, the term "person" can refer to an individual, a partnership or a company as well as to any other body which is supplying goods or services in the course of business.*³⁹

³⁷ *Ibid.*, hlm.365.

³⁸ Victor Thuronyi, ed, *Opt.Cit.*, hlm. 25.

³⁹ Alan Melville, *Opt.Cit.*, hlm. 486

Hukum PPN juga menganggap bahwa sebuah asosiasi ataupun *partnership* sebagai *taxable person* yang terpisah dari individu dalam asosiasi atau *partnership*. Tujuan ini sesuai dengan pengecualian individual dari ruang lingkup pajak yang berkaitan dengan aktivitas *noncommercial*.

Foreign legal person biasanya tidak disebutkan secara khusus di dalam undang-undang PPN. Bagaimanapun juga, diharapkan agar semua *legal person* mendaftarkan diri untuk tujuan PPN, apabila melakukan aktivitas yang disebutkan dalam undang-undang di suatu negara. Menurut Thuronyi, hal ini berarti beberapa cabang ataupun Bentuk Usaha Tetap (*Permanent Establishment*) yang berada dalam suatu negara diwajibkan untuk mendaftarkan diri.⁴⁰

Terdapat persamaan dengan Pajak Penghasilan dalam menentukan apakah seseorang *resident* atau bukan. Dalam *OECD Model Tax Convention*, terdapat sebuah perjanjian mengenai definisi *permanent establishment*. Pendekatan yang sama dapat digunakan untuk PPN.

2. Barang dan Jasa

Pada intinya semua produk yang berasal dari setiap jenis industri memberikan keuntungan kepada para pelanggan yang membeli dan menggunakannya. Apabila berbicara mengenai barang, keuntungan yang didapatkan berasal dari kepemilikan atas suatu barang fisik atau suatu alat, sedangkan keuntungan atas jasa diciptakan melalui suatu tindakan atau pencapaian.⁴¹

⁴⁰ *Ibid.*, hlm.13.

⁴¹ Christopher Lovelock dkk, *Services Marketing in Asia, Second Edition*, (Singapore:Prentice Hall, 2005), hlm.9.

Adapun pengertian dari jasa (*service*) adalah

“A service is any activity or benefit that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything, its production may or may not be tied to a physical.”⁴²

Seperti yang telah dinyatakan di atas jasa merupakan suatu penawaran pekerjaan dengan waktu yang ditentukan dan atas permintaan dari pembeli, dengan begitu sebuah jasa merupakan barang yang tidak berwujud (*intangible*).

Meskipun perbedaan antara barang dalam bentuk fisik dengan jasa sulit untuk dibedakan, perlu diketahui bahwa karakteristik dan sifat barang adalah tidak terlihat pada jasa. Secara keseluruhan dapat dilihat perbedaan barang dan jasa pada tabel dibawah ini:



⁴² Philip Kotler, *Marketing Management*, (New Jersey:Prentice-Hall, Inc, 2000), hlm.396.

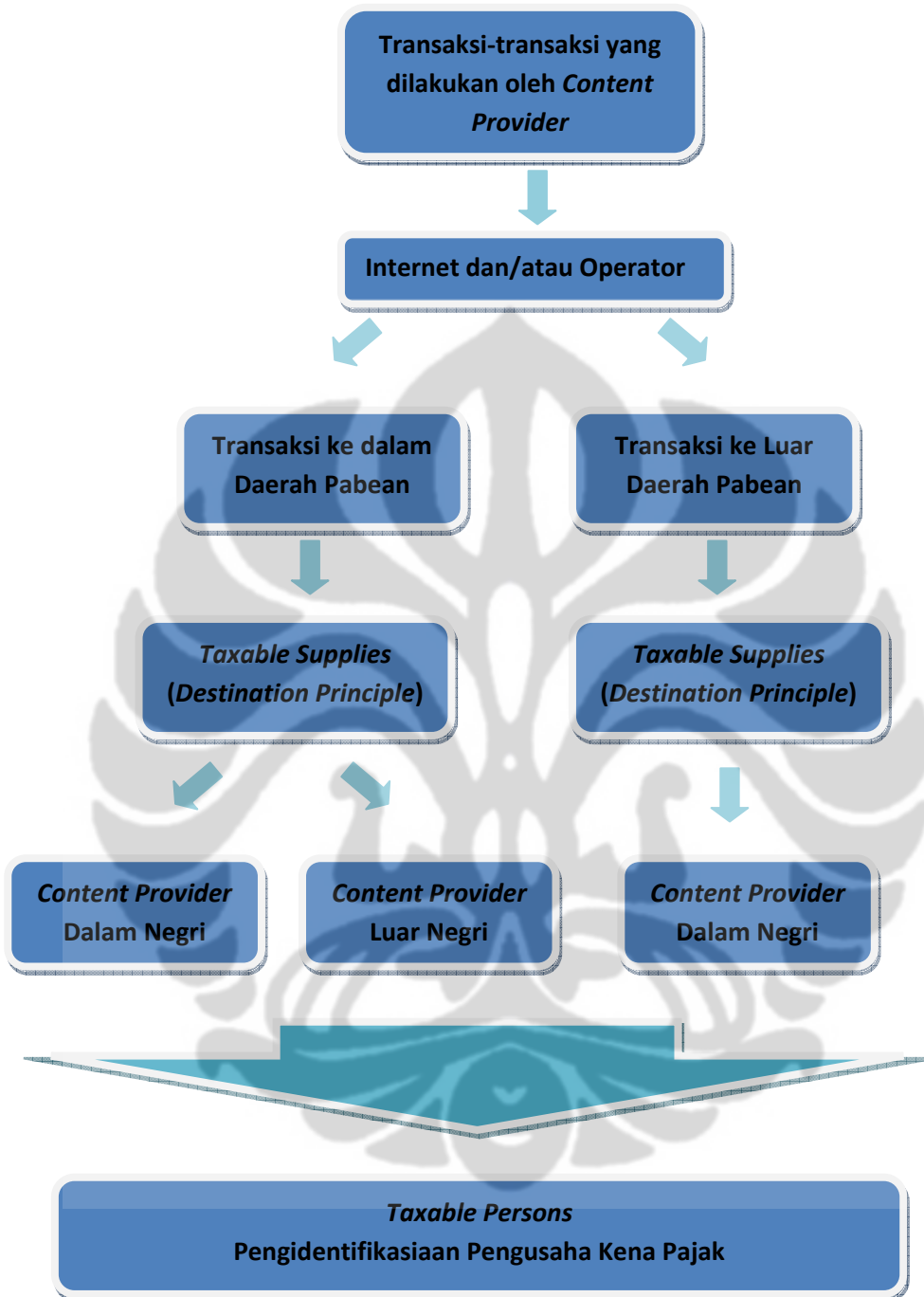
TABEL II.1
Perbedaan-perbedaan Antara Barang dan Jasa

Barang	Jasa
Dapat dilihat	Proses atau aktivitas tidak dapat dilihat
Konsumen tidak terlibat dalam proses produksi	Konsumen terlibat dalam proses produksi
Produksi dan konsumsi terpisah	Produksi dan konsumsi bersamaan waktu dan tempat
Produk/proses bersifat homogeny	Proses dan hasil berbeda-beda
Dimungkinkan hubungan yang tidak langsung antara produsen dan konsumen	Hubungan langsung adalah hal sangat utama (<i>personality intensity</i>)
Persediaan dapat diciptakan	Penciptaan persediaan tidak mungkin/sulit
Dapat dibawa	Tidak dibawa (melekat kepada penyedia jasa)
Dapat diekspor	Sulit untuk diekspor
Nilai tambah diciptakan di dalam pabrik	Nilai tambah terjadi pada waktu interaksi antara produsen dan konsumen
Konsentrasi pada suatu proses produksi tertentu dapat dilakukan	Konsentrasi pada suatu proses produksi tertentu tidak dapat dilakukan karena tersebarny daerah produksi
Kepemilikan berpindah pada saat penjualan	Tidak ada perpindahan kepemilikan
Dapat diujicobakan sebelum dijual	Tidak ada sebelum penjualan dan sangat sulit untuk diujicobakan
Pengembalian barang dimungkinkan seperti halnya pemberian garansi	Pengembalian barang tidak dimungkinkan, pemberian garansi juga sangat sulit
Penjualan barang bekas dimungkinkan	Penjualan tidak mungkin dilakukan lebih dari satu kali
Dapat diberi hak paten	Susah untuk diberi hak paten

Sumber: Farida Jasfar, *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*, (Bogor:Penerbit Ghalia Indonesia, 2005), hlm.17.

B. Kerangka Pemikiran

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dan masuknya era konvergensi, membuka peluang bisnis baru bagi masyarakat. Seiring dengan penambahan jumlah pemakai internet dan telepon seluler, bisnis yang sedang memasuki tren saat ini adalah bisnis penyedia konten (*content provider*). Salah satu permasalahan yang timbul dalam bisnis ini adalah masalah perpajakannya. Peraturan perpajakan Indonesia yang mengatur mengenai *e-commerce* masih belum terlalu jelas. Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk mengidentifikasi perlakuan Pajak Pertambahan Nilai berdasarkan teori-teori yang ada. *Content provider* terlibat dengan beberapa pihak dalam melakukan transaksi-transaksinya. Beberapa pihak yang terkait antara lain *internet service provider* (yang kaitannya dengan *website*), operator telepon seluler dan *end user*. Dengan pihak-pihak di atas tersebut, masing-masing transaksi terdapat perlakuan pajaknya. Pengidentifikasian subjek dan objek pajak PPN, serta perlakuan PPN lainnya terhadap transaksi-transaksi yang dilakukan *content provider* akan diteliti berdasarkan konsep-konsep PPN yang ada. Adapun kerangka pemikiran peneliti dituangkan dalam gambar II.1 di bawah ini



Gambar II.1
Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti

C. Metode Penelitian

Metodologi ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan suatu metode. Jadi metodologi penelitian ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat di dalam penelitian.⁴³

1. Pendekatan Penelitian

Untuk memperoleh pemahaman mengenai perlakuan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi-transaksi yang dilakukan oleh content provider, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai “*An inquiry process of understanding a social or human problem, based on building a complex, holistic picture, formed with words, reporting detailed views of informants, and conducted in a natural setting.*”⁴⁴ Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan sebuah proses untuk mengetahui pengidentifikasian objek pajak atas transaksi yang dilakukan *content provider*, yang akan memiliki implikasi perpajakan kepada *content provider* sebagai subjek pajak, yang dalam hal ini mengidentifikasi Pengusaha Kena Pajak. Kemudian dalam penelitian ini juga untuk mengetahui saat dan tempat terutangnya pajak (*place of consumption*) dalam ruang lingkup PPN.

2. Jenis Penelitian

a. Berdasarkan Tujuan Penelitian

Jenis penelitian dapat diketahui dengan melihat tujuan dari penelitian tersebut. Terdapat tiga tujuan yang paling umum dari penelitian sosial, yaitu

⁴³ Dr. Husaini usman, M.Pd dan Purnomo Setiady Akbar, M.Pd, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2006), hlm 42.

⁴⁴ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*, (London: Sage Publications, Inc., 1994), hlm 1.

exploration, description dan *explanation*.⁴⁵ Dalam hal ini penulis bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai pengidentifikasian subjek pajak atas *content provider* serta penentuan objek pajak atas transaksi yang dilakukan *content provider* serta mengidentifikasi saat dan tempat terutangnya atas produk-produk *content provider* dari segi PPN. Maka tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif (*description*). Earl Babbie mengatakan bahwa dalam penelitian deskriptif “A major purpose of many social scientific studies is to describe situations and events. The researcher observes and then describes what was observed.”⁴⁶

Selanjutnya untuk mendapatkan manfaat yang lebih luas dalam penelitian deskriptif ini dilakukan juga interpretasi-interpretasi, dengan cara menganalisis kemungkinan-kemungkinan yang ada atau muncul dalam sebuah penelitian.

b. Berdasarkan Dimensi Waktu Penelitian

Peneliti memiliki dua pilihan prinsip yang tersedia dalam mendesain penelitiannya, yaitu *cross-sectional studies* dan *longitudinal studies*.⁴⁷ Adapun pengertian *cross-sectional studies* menurut Earl Babbie adalah *a study based on observations representing a single point time*.⁴⁸ Sedangkan pengertian *longitudinal study* adalah *a study design involving the collection of data at different time*.⁴⁹

Berdasarkan pengertian di atas, maka jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah penelitian *cross-sectional*. Hal itu dikarenakan peneliti melakukan penelitian hanya dalam satu waktu tertentu.

⁴⁵ Earl Babbie, *The Practice of Social Research 10th Edition*, (USA:Thomson Learning, 2004), hlm 87.

⁴⁶ *Ibid.*, hlm 89.

⁴⁷ *Ibid.*, hlm 101.

⁴⁸ *Ibid.*, hlm 101.

⁴⁹ *Ibid.* hlm 102.

c. Berdasarkan Manfaat Penelitian

Berdasarkan manfaat penelitian, jenis penelitian dibagi menjadi dua, yaitu penelitian murni dan penelitian terapan.⁵⁰ Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian murni karena penelitian ini dilakukan dalam kerangka akademis.

3. Metode dan Strategi Penelitian

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan teknik-teknik sebagai berikut:

a. Wawancara mendalam

Adapun wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.⁵¹ Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperan serta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertanya. Wawancara mendalam dilakukan dengan beberapa informan. Menurut Neuman terdapat 4 (empat) karakteristik ideal informan yaitu:⁵²

- 1) *The informant is totally familiar with the culture and is in position to witness significant events.*
- 2) *The individual is currently involved in the field.*
- 3) *The person can spend time with the researcher.*
- 4) *Nonanalytic individuals make better informant.*

⁵⁰Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2005), hlm 38.

⁵¹ Prof.Dr.H.M.Burhan Bungin, S.Sos.,M.Si., *Penelitian Kualitatif:Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya, Cetakan ke-1*,(Jakarta: Fajar Interpretama Offset, 2007), hlm 108

⁵² W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, 5th Edition*, (Boston: Allyn and Bacon, 2003), hlm.394-395

Beberapa informan yang ideal yang dapat memberikan informasi menurut peneliti adalah Asosiasi Penyelenggara Multimedia Indonesia (APMI), *Indonesia Mobile and Online Content Association* (IMOCA), Departemen Komunikasi dan Informatika, Perusahaan *content provider*, ahli perpajakan dan Direktorat Jenderal Pajak. Pengumpulan data ini disebut pengumpulan data primer.

b. Studi kepustakaan (*library research*)

Peneliti mencari dan mengumpulkan segala literatur, termasuk buku-buku, jurnal, dan artikel-artikel yang dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi penulisan skripsi. Selain itu, peneliti juga melakukan studi dokumen berupa undang-undang dan peraturan perundang-undangan perpajakan lain serta dokumen-dokumen lainnya yang berasal dari Direktorat Jenderal Pajak. Pengumpulan data ini disebut pengumpulan data sekunder.

4. Narasumber/informan

Informan yang potensial untuk dijadikan sebagai sumber informasi adalah:

- 1) Bapak Rio selaku pengurus Asosiasi Penyelenggara Multimedia Indonesia (APMI),
- 2) Bapak A. Haryowirasma selaku Ketua *Indonesia Mobile and Online Content Association* (IMOCA),
- 3) Ibu Selliane Halia Ishak selaku Ka. Subdit Program Konten Departemen Komunikasi dan Informatika,
- 4) Ibu Maya Filiana selaku *Business Development Manager* Perusahaan *content provider*.
- 5) Ka. Subdit Direktorat Jenderal Perpajakan Sub Direktorat PPN Perdagangan dan Jasa
- 6) Bapak J. Maeran selaku Sekertaris Jenderal PANDI (Pengelola Nama Domain Internet Indonesia).

- 7) Bapak Shiddiq dan Ibu Firly selaku IT Staff PANDI
- 8) Dr. Haula Rosdiana, M.Si., selaku Ahli Perpajakan

5. Proses Penelitian

Proses penelitian yang dilakukan memiliki beberapa fase. Dalam prosesnya penelitian kualitatif mempunyai lima fase, yaitu penentuan fokus masalah, pengembangan kerangka teori, penentuan metodologi, analisis temuan, dan pengambilan kesimpulan.⁵³ Pada fase pertama, yaitu penentuan fokus masalah, peneliti mencari dan mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Informasi itu berupa perkembangan konten, teknologi informasi dan komunikasi dan perlakuan pajaknya, terutama Pajak Pertambahan Nilai. Kemudian pada fase berikutnya, yaitu pengembangan kerangka teori, peneliti mengumpulkan teori-teori yang relevan dengan apa yang akan diteliti. Pada fase penentuan metodologi, peneliti memilih metode dan pendekatan yang sesuai dengan tema peneliti, sehingga hasil dan analisa yang dilakukan dapat maksimal. Selanjutnya pada fase analisis temuan, peneliti berusaha mengidentifikasi data yang ada baik data sekunder maupun data primer, dimana data tersebut akan dianalisis menggunakan konsep-konsep dan teori-teori yang ada di kerangka teori guna menjawab permasalahan yang ada secara komprehensif. Pada fase pengambilan kesimpulan, yang merupakan fase terakhir, peneliti akan membuat kesimpulan dari hasil analisisnya dan memberikan rekomendasi yang berguna untuk permasalahan yang diteliti.

6. Penentuan Site Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih Asosiasi Penyelenggara Multimedia Indonesia (APMI), Indonesia Mobile and Online Content

⁵³ Prasetya Irawan, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Depok: DIA FISIP UI, 2006), hlm. 20

Association (IMOCA), Departemen Komunikasi dan Informatika, Perusahaan *content provider*, dan Direktorat Jenderal Pajak untuk menjadi *site* penelitian. Hal itu disebabkan oleh banyaknya informasi yang akan didapat mengenai transaksi-transaksi yang dilakukan oleh *content provider* serta regulasi perpajakannya.

7. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan. Salah satu hambatan yang menjadikan keterbatasan dalam penelitian ini antara lain adalah di saat penulis melakukan penelitian adalah sulitnya untuk mendapatkan data perpajakan dari perusahaan-perusahaan *content provider*. Sehingga dalam penelitian ini hanya digunakan satu perusahaan *content provider* sebagai gambaran perusahaan *content provider*.

8. Batasan Penelitian

Dalam melakukan penulisan ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitiannya. Peneliti tidak membahas semua produk-produk *content provider*, tetapi hanya produk-produk yang paling sering dipasarkannya. Kemudian, peneliti juga tidak terlalu membahas BUT dalam penentuan subjeknya.