

**ANALISIS ASPEK DAN PROSEDUR PENGENAAN
PAJAK PERTAMBAHAN NILAI
ATAS TRANSAKSI
E-COMMERCE
(SUATU KAJIAN LITERATUR)**



Skripsi Oleh :

RHEZA GIOVANDY

01071003097

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDERALAYA**

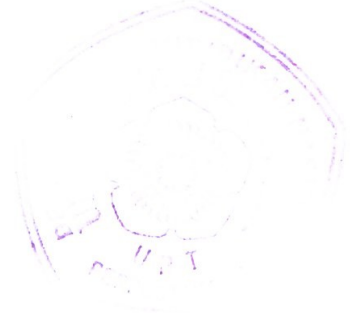
2012

336.271 4

rhe

a

**ANALISIS ASPEK DAN PROSEDUR PENGENAAN
PAJAK PERTAMBAHAN NILAI
ATAS TRANSAKSI
E-COMMERCE
(SUATU KAJIAN LITERATUR)**



Skripsi Oleh :

RHEZA GIOVANDY

01071003097

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi**

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDERALAYA
2012**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : RHEZA GIOVANDY
NIM : 01071003097
JURUSAN : AKUNTANSI
MATA KULIAH : PERPAJAKAN
JUDUL SKRIPSI : **Analisis Aspek dan Prosedur Pengenaan Pajak
Pertambahan Nilai atas Transaksi *E-Commerce*
(Suatu Kajian Literatur)**

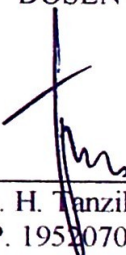
PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal

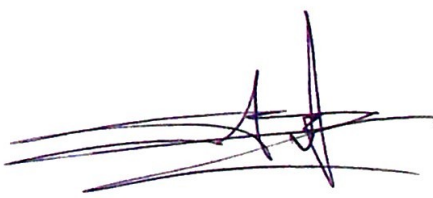
Ketua :



Drs. H. Tanzil Djunaidi, Ak
NIP. 195307061978021002

Tanggal

Anggota :



Aryanto, SE, M.Ti, Ak
NIP. 197408142001121003

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : Rheza Giovandy
NIM : 01071003097
JURUSAN : AKUNTANSI
MATA KULIAH : PERPAJAKAN
JUDUL SKRIPSI : **Analisis Aspek dan Prosedur Pengenaan Pajak
Pertambahan Nilai atas Transaksi *E-Commerce*
(Suatu Kajian Literatur)**

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 1 Febuari 2012 dan memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 1 Febuari 2012

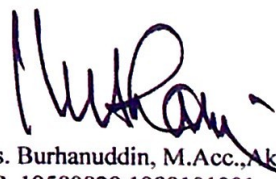
Ketua,

Anggota,

Anggota,



Drs. H. Fanzil Djunaidi, Ak
NIP. 19530706 1978021002



Drs. Burhanuddin, M.Acc., Ak
NIP. 19580828 1988101001



Hj. Rochmawati Daud, SE, M.Si, Ak
NIP. 196409031994032 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi



Drs. Burhanuddin, M.Acc., Ak.
NIP. 19580828 198810 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI/TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rheza Giovandy

Nim : 01071003097

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:

“Analisis Aspek dan Prosedur Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas Transaksi E-Commerce (Suatu Kajian Literatur)”

Pembimbing

Ketua : Drs. H. Tanzil Djunaidi, Ak.

Anggota : Aryanto, SE, M.Ti, Ak.

Tanggal diuji : 1 Februari 2012

adalah benar-benar hasil karya saya dibawah bimbingan tim pembimbing.

Isi skripsi ini tidak ada hasil karya orang lain yang saya salin keseluruhan atau sebagian tanpa menyebut sumber aslinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan, termasuk pembatalan gelar kesarjanaannya saya.

Indralaya, 3 Februari 2012

memberi pernyataan,



Rheza Giovandy

NIM: 01071003097

MOTTO :

“Belajarlah di Pagi hari, dan Tidurlah dengan Bahagia di Malam Hari, Karena Malam akan datang dan Pagi pasti Berlalu.”

“Berjalanlah lurus Kedepan dan berhentilah sesekali untuk melihat kebelakang.”

Skripsi ini kusembahkan kepada :

- ❖ *Tuhan Yang Maha Esa*
- ❖ *Ayahanda dan Ibunda tercinta*
- ❖ *Saudara-saudari yang paling kusayangi*
- ❖ *Teman-teman baikku*
- ❖ *Dosen-dosen yang terhormat*
- ❖ *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Berkat dan Izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini mengambil judul “**Analisis Aspek dan Prosedur Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas Transaksi *E-Commerce* (Suatu Kajian Literatur)**”. Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, terdiri dari Bab I pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metodologi Penelitian, Bab IV Analisis dan Pembahasan, dan Bab V Kesimpulan dan Saran.

Data yang digunakan dalam skripsi ini adalah bahan hukum primer berupa bahan-bahan hukum yang mengikat dalam bentuk peraturan perundang-undangan, serta bahan hukum sekunder berupa bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian terdahulu, buku-buku referensi, majalah hukum, dan lain-lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter-karakter dalam transaksi melalui media online memiliki kesamaan dengan karakter-karakter yang ditemukan dalam transaksi konvensional. Hal yang membedakannya adalah media online berfungsi sebagai perantara dalam pertemuan pihak-pihak yang terkait dalam transaksi tersebut.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi dalam membantu mengidentifikasi pengenaan PPN pada transaksi melalui media online dan menjadi bahan masukan akademisi bagi penelitian berikutnya

Penulis

Rheza Giovandy

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME atas rahmat dan berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Aspek dan Prosedur Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas Transaksi E-Commerce (Suatu Kajian Literatur)**” sebagai salah satu syarat guna menggapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan moril maupun materiil dalam proses penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Prof. H. Syamsurijal A.K, Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
3. Bapak Drs. Burhanuddin, M.Acc, Ak, Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Dosen Penguji Skripsi
4. Bapak Mukhtaruddin, SE, M.Si, Ak, Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
5. Bapak Drs. H. Tanzil Djunaidi, Ak, Ketua Pembimbing Skripsi
6. Bapak Aryanto, SE, M.Ti, Ak., Anggota Pembimbing Skripsi
7. Ibu Hj. Rochmawati Daud, SE, M.Si, Ak, Dosen Penguji Skripsi
8. Ibu Emylia Yuniarti, SE, M.Si, Ak, Pembimbing Akademik
9. Semua Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
10. Kedua orang tuaku Papa Ramli Effendy Salim dan Mama Debrina Japto tercinta, saudaraku Irwan Suprpto Milian, Dafid, saudariku Christine Milianti, Angelique Beatrix Kusuma yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materiil.

11. Seluruh staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terutama staf administrasi di jurusan akuntansi Kakak Adi dan staf administrasi jurusan akuntansi di dekanat Kakak Adi.
12. Sahabat – sahabat terbaikku yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada ku, Sun Sen, Weilung, Aryanto, Riksen, Vito Ronaldo, Robby Rezar Suteza, Eric Purniawan, Apryanto Yudiyan, Humiarta, Nanda Utama Putra, Bambang Supryanto, Yohanes, Antonius Harry, Darman Pardosi, M Bonario, Ari Azzaruddin, Jansen Adiguna, Meta Windatama, Palupi Hardiniari, Ferri Ferdian, Nurdin Isa Ibrahim, dan RA Rahman,
13. Sahabat-sahabat akuntansi yang luar biasa lainnya, Heru, Eko, Denus, Heri, Anto, Agung, Hakim, Pici, Yosi, Adin, Aldi, Qodri, Seno, Doni, Febri, Caca Natasha, Ayu, Dwi, Evi, Geti, Devi, Leri, Indah, Siska, Wenda, Caca, Ruth, Desi, Metha Novita, Santi, Usy, Septi, Aulia, Nindy, Ina, Uun, Titania dan rekan akuntansi 2007 lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
14. Semua pihak yang mendukung penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih.

Semoga Tuhan YME membalas budi baiknya dan memberikan berkat kepada kita semua. Amin.

Penulis,

Rheza Giovandy

DAFTAR ISI

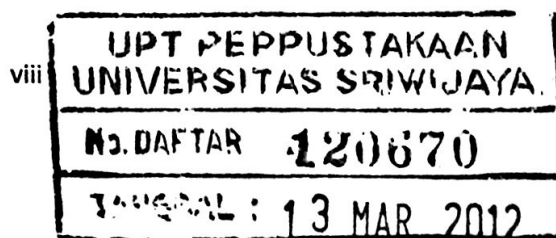
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Perpajakan	14
2.1.1. Pengertian Pajak	14
2.1.2. Fungsi Pajak	14
2.1.3. Perlawanan Terhadap Pajak	15



2.1.4.	Pembagian Hukum Pajak	16
2.1.5.	Jenis Pajak	17
2.1.6.	Cara Pemungutan Pajak	18
2.1.7.	Sistem Pemungutan Pajak	19
2.1.8.	Asas Pemungutan Pajak	20
2.2.	Tinjauan Umum Pajak Pertambahan Nilai	21
2.2.1.	Pengetian Pajak Pertambahan Nilai	21
2.2.2.	Karakteristik Pajak Pertamabahan Nilai	21
2.2.3.	Mekanisme Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai	24
2.2.4.	Objek Pajak Pertambahan Nilai	26
2.2.5.	Tarif Pajak Pertambahan Nilai	32
2.3.	Tinjauan Umum tentang <i>E-Commerce</i>	32
2.3.1.	Definisi <i>E-Commerce</i>	32
2.3.2.	Hubungan Hukum Antara Pihak-Pihak dalam Perjanjian <i>E-Commerce</i>	34
2.3.3.	Model Bisnis Pada <i>E-Commerce</i>	40
2.3.4.	Jenis-jenis Transaksi <i>E-Commerce</i>	41
2.4.	Potensi Perpajakan dari Transaksi <i>E-Commerce</i>	48
2.5.	Penelitian terdahulu	52

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian	54
3.2.	Ruang Lingkup Penelitian	54
3.3.	Jenis Data	54

3.4.	Metode Pengumpulan Data	55
3.5.	Metode Analisis Data	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Analisis Legalitas Dokumen dari Transaksi <i>E-Commerce</i>	56
4.2.	Dasar Hukum dan Ketentuan-ketentuan yang mengatur Pelaksanaan PPN dan Bagian-Bagian Penting dalam Mekanisme PPN	60
4.3.	Analisis Aspek-aspek PPN dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	63
4.3.1	Aspek Objek Pajak	63
4.3.2	Saat dan Tempat Terutang Pajak Pertambahan Nilai	76
4.3.3	Aspek Subjek Pajak	79
4.3.4	Analisis Perlakuan PPN atas Transaksi E-Commerce ...	80
4.4.	Analisis prosedur Pengenaan PPN atas Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia	97
4.4.1	Identifikasi Subyek dan Tempat Terutang	97
4.4.2	Mekanisme Pemungutan PPN	102
4.4.3	Administrasi Perpajakan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	108
5.2	Saran	109

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

4.1	Alur Penentuan Subjek PPN	100
4.2	Alur Penentuan Subjek LN PPN	101

DAFTAR TABEL

4.1	Penyerahan Barang – B2B	97
4.2	Penyerahan Barang – B2C	98
4.3	Penyerahan Barang Digital dan Jasa – B2B	98
4.4	Penyerahan Barang Digital dan Jasa – B2C	99

“Analisis Aspek dan Prosedur Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas Transaksi *E-Commerce*”

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui bagaimanakah legalitas dari dokumen-dokumen transaksi *e-commerce*, 2) Untuk mengetahui Ketentuan-ketentuan yang mengatur perlakuan PPN atas transaksi *e-commerce*, dan 3) Untuk mengetahui Prosedur-prosedur pengenaan PPN pada transaksi *e-commerce*.

Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan penelitian kepustakaan dari literature, buku, jurnal, serta sumber bacaan lain, kemudian data yang diperoleh dibandingkan dengan kejadian yang terjadi. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa transaksi melalui media online memiliki karakteristik yang sama dengan transaksi konvensional dan secara umum pemungutan PPN dapat dilakukan dengan metode konvensional.

Dalam melakukan pengidentifikasian dalam pengenaan PPN terhadap transaksi *e-commerce*, diperlukan penyempurnaan ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam menindaklanjuti perkembangan *e-commerce*, diperlukan kesiapan dari semua pihak yang memiliki kaitan dalam transaksi melalui media online, dan prosedur yang diterapkan harusnya memperhatikan asas kemudahan dan biaya untuk memenuhi kewajiban perpajakan yang rendah.

Kata Kunci : Pajak Pertambahan Nilai, Transaksi, E-Commerce

"Analysis of aspect and procedures in collection add value tax (PPN) from e-commerce transaction"

ABSTRACT

This study have aims to 1) know about the legality from e-commerce transaction documents, and 2) know the regulations that control the way of treating the e-commerce transaction, and 3) know about the procedures in collection add value tax (PPN) from the e-commerce transaction.

This research was done by doing literature research from documents, book, journal, and from another sources, then everything that have been collected be compared with the actual event. According the result from this study, have been known that online transactions have same characteristic with conventional transaction and add value tax can be collected with conventional methods generally.

In conducting the identifications on colleting add value tax from e-commerce transaction, the regulations need the action of perfecting to anticipation the e-commerce development, the readiness of everyone that have relation in this transaction is needed, and the procedure that will be applied must focus on the base of abridgment and low cost to fill the tax role.

Keywords: Add Value Tax, Transaction, E-commerce

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat khususnya pada bidang teknologi informasi telah menyebabkan terjadinya globalisasi. Pengertian globalisasi dapat disimpulkan secara singkat sebagai suatu proses transformasi sosial yang akan membawa kondisi umat manusia yang berbeda-beda dan terpencar-pencar di banyak wilayah Negara di dunia ini ke satu kondisi tunggal yang tidak mengenal lagi batas-batas wilayah (Steger, dikutip dalam wiratno, 2009).

Munculnya teknologi informasi yang kemudian diikuti dengan munculnya teknologi internet merupakan sebagian contoh hasil dan juga penyebab dari globalisasi yang mempunyai dampak yang besar bagi kehidupan manusia, salah satu dampak yang ditimbulkan teknologi ini adalah membuat dunia seolah-olah menjadi tanpa jarak.

Perkembangan yang pesat dalam bidang teknologi informasi di berbagai sektor juga membawa dampak kepada perkembangan di dunia usaha. Hal ini dapat dilihat dari munculnya kegiatan usaha melalui *e-commerce*, sebagai hasil dari kemajuan di sektor komunikasi dan teknologi informasi. Akan tetapi, Kemajuan yang pesat di dunia usaha tidak selalu diikuti dengan tingkat yang sama dalam bidang regulasi.

Electronic Commerce (E-Commerce, Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari *Electronic Business (E-Business, bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission)*, secara umum dapat didefinisikan sebagai

segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Jelas, selain dari yang telah disebutkan di atas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis (Edi,2010).

E-commerce dapat diartikan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan (*customer*), atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik dengan sasaran *e-commerce* adalah menciptakan lingkungan komersial yang baru dalam segala bentuknya di abad elektronik. Di mana beberapa tahap yang umumnya terdapat diantara penjual dan pembeli dalam transaksi komersial dapat diintegrasikan sekaligus dan otomatis secara elektronik. Jadi dapat meminimalkan biaya transaksi.

Ada dua jenis *e-commerce*. Yang pertama adalah *front-end e-commerce*, yaitu transaksi melalui *e-commerce* antara pengusaha (baik pribadi maupun badan hukum) dengan konsumen. Jenis lainnya adalah *back-end e-commerce*, yaitu transaksi antara para pengusaha menyangkut transaksi informasi internal dengan masing-masing pengusaha atau antara para pelaku usaha menyangkut pertukaran data komersial.

Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), pada tahun 1991, internet hanya memiliki kurang dari 3 juta pengguna dari seluruh dunia dan aplikasi untuk *e-commerce* saat itu belum ada. Pada tahun 1999, diperkirakan 250 juta pelanggan mengakses internet dan kira-kira seperempat dari jumlah tersebut melakukan pembelian secara online melalui situs penjualan elektronik yang senilai dengan transaksi \$ 110 triliun, atau sekitar Rp

990.000 triliun. Jika perkembangan dalam *e-commerce* berlanjut dengan secepat ini, seperti yang diharapkan, dalam 4 tahun atau 5 tahun kedepan, akan mewakili sekitar 5 persen dari transaksi intra-perusahaan dan penjualan secara retail. Untuk masa yang akan datang, potensi dari transaksi *e-commerce* untuk memperoleh bagian yang besar dari pembelian oleh perusahaan dan konsumen, tampaknya cukup besar, meskipun sulit untuk diukur.

Prospek bahwa *e-commerce* dapat memperoleh andil yang besar dari keseluruhan transaksi hanya mengacu pada satu dimensi, yaitu bagaimana internet menghasilkan ketertarikan. Struktur yang terbuka dari internet serta biaya yang rendah dalam menggunakannya mengijinkan terjadinya interkoneksi atas teknologi informasi dan komunikasi yang baru serta yang telah ada, sistem informasi yang kuat dan inovatif dalam menawarkan bisnis dan konsumen, serta bentuk komunikasi lainnya. Hal tersebut memungkinkan para penjual dan pembeli untuk berkumpul dengan cara yang lebih efisien dan menciptakan pasar baru serta kesempatan untuk mengorganisasi ulang kegiatan ekonomi. Hal ini juga mengubah cara suatu produk disesuaikan, didistribusikan, dan diperdagangkan serta bagaimana bisnis dan konsumen mencari produk konsumsi.

Menurut Ustadianto (2002:73-74), beberapa keuntungan penggunaan internet sebagai media perdagangan, bagi konsumen/pembeli adalah (1) Menurunkan harga jual produk; (2) Meningkatkan daya kompetisi penjual; (3) Meningkatkan produktivitas pembeli; (4) Manajemen informasi yang lebih baik; (5) Mengurangi biaya dan waktu pengadaan barang; dan (6) Kendali inventory yang lebih baik. Sedangkan keuntungan bagi penjual adalah (1) Identifikasi target pelanggan dan definisi pasar yang lebih baik; (2)

Manajemen cash flow yang lebih baik; (3) Meningkatkan kesempatan berpartisipasi dalam pengadaan barang atau jasa (tender); (4) Meningkatkan efisiensi; (5) Kesempatan untuk melancarkan proses pembayaran pesanan barang; dan (6) Mengurangi biaya pemasaran.

Bila kita melihat perkembangan internet di Indonesia, pada beberapa tahun terakhir ini penggunaan jasa internet meningkat dengan pesat. Berdasarkan data dan perkiraan resmi dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terhadap jumlah pelanggan dan pemakai internet selama ini dan perkiraan sampai akhir tahun 2007 dan 2007 sampai 2010 dapat kita lihat pada tabel 1.1

Berdasarkan data dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa perkembangan pemakai internet di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat menonjol. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pemakai internet di Indonesia pada akhir tahun 2010 yang menembus angka 39,6 juta dimana jumlah tersebut merupakan urutan ke-4 tertinggi di Asia setelah China, India, dan Jepang. Sedangkan jumlah pengguna situs jejaring *social Facebook* di Indonesia pada akhir bulan maret 2011 menembus nilai angka 38.860.460 yang merupakan peringkat kedua setelah Amerika Serikat. Sedangkan untuk pengguna Twitter di Indonesia dengan pengguna twitter dari Negara lain pada akhir 2010 merupakan populasi terbesar dengan persentase 20,8 % .

Tercatat jumlah pelanggan Internet pada akhir 2010 mencapai 2 juta akses broadband tetap dan 1 juta akses tetap non broadband. Data dari Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) menunjukkan pengguna *third-generation technology* (3G) dilaporkan telah mencapai 14 juta pelanggan. Sedangkan kompilasi data operator menunjukkan angka 20 juta pengguna 3G dan 45 juta



pengguna akses data Internet *General Packet Radio Service/Enhanced Data rates for GSM Evolution (GPRS/EDGE)* dan *Code division multiple access/Evolution Data Only (CDMA/EVDO)*.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Pelanggan & Pemakai Internet (kumulatif)
Tahun 1998-2010

Tahun	Pelanggan	Pemakai
1998	134.000	512.000
1999	256.000	1.000.000
2000	400.000	1.900.000
2001	581.000	4.200.000
2002	667.002	4.500.000
2003	865.706	8.080.534
2004	1.087.428	11.226.143
2005	1.500.000	16.000.000
2006	1.700.000	20.000.000
2007	2.000.000	20.000.000
2008	-	25.000.000
2009	-	30.000.000
2010	-	39.600.000

Sumber : <http://www.apji.or.id> dan <http://www.internetworldstats.com>

Laporan operator juga menunjukkan bahwa pada akhir tahun 2010 semua BTS dari 3 operator selular *Global System for Mobile Communication (GSM)* papan atas telah siap melayani akses data Internet. Jumlah *Base Transceiver station (BTS)* Telkomsel mencapai 31,000, Indosat 29,000 dan XL 26,000 dengan jangkauan wilayah pelayanan (*coverage area*) telah meliputi 99% dari 5,300

kecamatan di Indonesia. Ini tidak termasuk tambahan penetrasi layanan paket data berbasis *Fixed Wireless Access* (FWA) yang dikenal dengan CDMA/EVDO. Perkembangan pengguna internet di Indonesia juga di dukung dari penurunan harga jual perangkat komputer untuk akses Internet, yang sebelumnya berkisar di harga Rp 4.000.000, untuk sekarang sudah di bawah Rp 3.000.000. Penurunan harga juga dirasakan di harga Laptop, Notebook, atau bahkan Smartphone.

Hal-hal di atas menunjukkan bahwa penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* memiliki potensi yang cukup besar seiring dengan perkembangannya yang pesat. Hal ini juga dapat didukung dengan fakta, berdasarkan data dari lembaga riset *International Data Corporation (IDC)*, nilai perdagangan lewat internet di Indonesia sepanjang tahun 2009 mencapai Rp 30.000.000.000.000,00 dan untuk tahun 2010 di perkirakan akan mengalami peningkatan sebesar 50%. Oleh karena itu diperlukan system perpajakan yang mampu mengakomodasi berbagai karakteristik transaksi *e-commerce*.

Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa, transaksi *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus sehingga mengakibatkan implikasi pajak yang agak rumit dari kegiatan tersebut. Hal ini terjadi karena Transaksi elektronik antara *electronic merchant* (*e-merchant*, pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) dengan *electronic customer* (*e-customer*, pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah *paper document*, melainkan dokumen elektronik (*digital document*). Transaksi tersebut bisa melalui *chatting*, *video conference* atau melalui *e-mail*.

Kontrak melalui *e-mail* adalah salah satu kontrak *on-line* yang sangat populer karena pengguna *e-mail* saat ini sangat banyak dan mendunia dengan biaya yang sangat murah dan waktu yang efisien. Di samping itu kontrak *electronic mail (e-mail)* dapat dilakukan dengan penawaran barangnya diberikan atau diserahkan melalui situs web yang memposting penawarannya, sedangkan penerimaannya dilakukan melalui *e-mail*. Kontrak melalui web dapat dilakukan dengan cara situs web seorang *supplier* (baik yang berlokasi di *server supplier* maupun diletakkan pada server pihak ketiga) memiliki diskripsi produk atau jasa dan satu seri halaman yang bersifat *self-contraction*, yaitu dapat digunakan untuk membuat kontrak sendiri, yang memungkinkan pengunjung web untuk memesan produk atau jasa tersebut. Para konsumen harus menyediakan informasi personal dan harus menyertakan nomor kartu kredit.

Untuk produk *on-line* yang berupa *software*, pembeli atau konsumen diizinkan untuk *men-download-nya*. Untuk produk yang berwujud fisik, pengiriman barang dilakukan sampai di tempat konsumen dan untuk pembelian jasa, *supplier* menyediakan untuk melayani konsumen sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan dalam perjanjian. Selanjutnya cara pembayaran dapat dilakukan melalui transaksi model Anjungan Tunai Mandiri (ATM), pembayaran langsung tanpa perantara, melalui perantara pihak ketiga, dengan *micropayment* dan *Anonymous Digital Cash (ADC)*.

Secara umum metode pembayaran di internet menurut pakar internet ("tentang *e-commerce*", 2008), terdapat 5 mekanisme yaitu :

1. Transaksi model ATM, yang menyangkut hanya institusi finansial dan pemegang account yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari account masing-masing.
2. Pembayaran dua pihak tanpa perantara, transaksi dilakukan langsung antara dua pihak tanpa perantara menggunakan uang nasional-nya.
3. Pembayaran dengan perantara pihak ke tiga, umumnya proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit maupun check masuk dalam kategori ini.
4. *Micropayment*, dalam bahasa sederhananya adalah pembayaran untuk uang recehan yang kecil-kecil. Mekanisme *Micropayment* ini penting dikembangkan karena sangat diperlukan pembayaran receh yang kecil tanpa overhead transaksi yang tinggi.
5. *Anonymous digital cash*, uang elektronik yang di enkripsi, di dahului oleh David Chaum dengan *Digicash*-nya (<http://www.digicash.com>). Uang elektronik menjamin privacy dari user. Cash tetap terjamin sama seperti uang kertas maupun coin yang kita kenal.

Proses *e-commerce* sendiri terutama ditujukan untuk mengefisienkan transaksi dokumen khususnya dokumen pada transaksi pembayaran melalui *e-payment*, yang pada akhirnya akan mengefisienkan transaksi barang. Masalah hukum (legal) *e-commerce* menjadi menarik dan tentu "kompleks" karena dokumen dibuat di *Personal Computer* (PC), di mana index di PC, digunakan dalam bentuk kertas (biasanya), di simpan dan di arsip ke dalam bentuk kertas atau elektronik. Revolusi *e-bussiness* mengembangkan proses bisnis yang baru,

terlalu banyak informasi, kertas tidak bisa diterima, bergerak dengan sangat cepat, akan tetapi harus ada pergeseran paradigma yang membutuhkan penerimaan, perubahan hukum, cara atau prosedur yang baru, pola pikir yang baru dan terutama membutuhkan pemikiran yang bersih. Inisiatif *Electronic Original* mengusulkan beberapa langkah taktis terdiri dari lima (5) kesepakatan internasional untuk melakukan *e-commerce* yang baik, mulai dari penyimpanan informasi secara elektronik, kebijakan menggunakan e-mail untuk berkomunikasi, identitas, tanda tangan digital dan hak cipta, penggunaan *certificate authority* dan penggunaan kepercayaan pihak ke tiga. Langkah selanjutnya adalah Kebijakan untuk keamanan informasi, analisa resiko, infrastruktur keamanan yang mendukung transaksi *e-commerce* dan *e-document*.

Melihat potensi perkembangan kegiatan usaha *e-commerce* membuat perusahaan-perusahaan menjalankan strategi barunya untuk memasuki dunia internet namun bagaimana perhitungan pajak untuk masalah ini, Menurut Prof. William Fox dan Donald Bruce dari Universitas Tennessee, *e-commerce* telah menyebabkan dua kehilangan pajak sekaligus. Pertama, *e-commerce* merupakan pengganti dan perluasan dari *remote sales* yang pajaknya tidak pernah dikumpulkan. Kedua, *e-commerce* yang merupakan substitusi atau perluasan juga tidak terjangkau oleh peraturan pajak atau retribusi lokal, sekalipun yang terbaru. Inilah yang ditunding mengapa banyak pemerintah melihat *e-commerce* sebagai salah satu penyebab terbesar hilangnya penerimaan negara yang amat signifikan.

Menurut Syahdeini (2001:17-24), terdapat 12 permasalahan dalam perdagangan elektronik. Dari keduabelas permasalahan tersebut yg ingin penulis lihat lebih dalam adalah masalah perpajakan bagi Negara. Bila melihat prospek

dari perkembangan transaksi melalui media online, dapat dibayangkan bahwa potensi kehilangan dari pajak memiliki porsi yang cukup besar. Sedangkan permasalahan lain yang dijabarkan menurut Syahdeni adalah (1) Berlakukah Hukum Bagi Dunia Maya (*Virtual World*)?; (2) Penggunaan *Domain Name*; (3) Alat Bukti; (4) Pengakuan Pemberitahuan E-mail sebagai pemberitahuan tertulis; (5) Pembajakan Internet (*Internet Piracy*); (6) Perlindungan bagi konsumen; (7) Hubungan Hukum antara para pihak; (9) Perlindungan terhadap *The Right to Privacy*; (10) Pembatasan Tanggung Jawab; (11) Pilihan Hukum (*Choice of Law*); dan (12) Yurisdiksi pengadilan.

Peluang pengenaan pajak atas transaksi *e-commerce* ini sangat besar jika dikenakan dari sudut pajak atas konsumsi. Pengenaan pajak berbasis konsumsi ini merupakan cara untuk menggali potensi penerimaan pajak sebagai sumber pendapatan Negara. Beberapa Negara yang tergabung dalam Negara anggota *Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD)* seperti Inggris, Australia dan Kanada telah melakukan pengenaan pajak atas konsumsi terhadap transaksi *e-commerce* ini. Pajak atas konsumsi adalah pajak yang dikenakan atas penyerahan barang dan jasa. Karakteristik dari pajak atas konsumsi adalah bersifat umum artinya pengenaannya atas seluruh konsumsi barang dan jasa di dalam negeri.

Sehingga berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Aspek dan Prosedur Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas Transaksi *E-Commerce*”**.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah Aspek Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai terhadap *e-commerce*.
- b. Bagaimana prosedur pengenaan PPN yang dapat diterapkan atas transaksi *e-commerce*.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimanakah legalitas dari dokumen-dokumen transaksi *e-commerce*
- b. Untuk mengetahui Ketentuan-ketentuan yang mengatur perlakuan PPN atas transaksi *e-commerce*.
- c. Untuk mengetahui Prosedur-prosedur pengenaan PPN pada transaksi *e-commerce*

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat khususnya kalangan dunia bisnis bahwa transaksi *e-commerce* juga berlaku ketentuan-ketentuan pajak dan diharapkan

dapat menjawab anggapan dalam masyarakat selama ini bahwa transaksi melalui dunia siber tidak dapat dikenakan pajak

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini.

1.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini akan disajikan kedalam lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang merupakan dasar bagi penyusunan skripsi ini. Penulis hanya menuliskan teori-teori yang mempunyai relevansi yang mendukung proses penulisan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, jenis data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan hasil analisis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Budiman. 2008. *Desain Sistem dan Prosedur Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas Transaksi E-Commerce*. Tesis, Universitas Indonesia.
- Edi. 2010. "Pajak Untuk *E-Commerce*". Artikel, diambil pada tanggal 24 juli 2011 dari <http://ediartikel.blogspot.com/2010/03/pajak-untuk-e-commerce.html>
- E-commerce dan BUT*, [online], artikel, diambil pada tanggal 14 agustus 2011 dari (<http://rusdiyanis.wordpress.com/2009/01/23/e-commerce-dan-but/>, di akses tanggal 18 September 2010)
- E-commerce*, [online], artikel, diambil pada tanggal 16 september 2011 dari (: <http://www.inter-lawyer.com/lex-e-scripta/articles/e-commerce-pe.htm>, di akses tanggal 18 September 2010)
- Fox, William & Donald Bruce, *E-COMMERCE IS A POWERFUL ECONOMIC ENGINE FOR 21ST CENTURY*, [online], (<http://www.allbusiness.com/accounting-reporting/corporate-taxes/596342-1.html>, di akses tanggal 7 april 2010)
- Hartono, Budi. 2002. "Dampak transaksi *E-commerce* terhadap perpajakan internasional". Jurnal Ilmiah Indonesia.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2010. *Modul Pelatihan Pajak Terapan Brevet A dan B Terpadu*. Jakarta : Divisi Penerbitan IAI
- Law, Darminto. "Tinjauan hukum terhadap aspek Pajak Penghasilan atas situs web yang dimiliki oleh perusahaan yang berkedudukan di luar Indonesia sehubungan dengan transaksi *E-Commerce* yang dilakukan oleh wajib pajak Indonesia". Tesis, Universitas Indonesia. 2010.
- Makarim, Edmon. 2005. *Pengantar Hukum Telematika*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Mansur, Dikdik M Arief dan Elisatris Gultom. 2005. *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung:Refika Aditama.
- Mohjan, "Perjanjian Baku dalam Kegiatan Bisnis", Makalah, disampaikan dalam Seminar kerjasama HEDS (*Higher Education Development Support*) dengan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Inderalaya tanggal 24 Mei 2007.
- OECD. *TAX TREATY CHARACTERISATION ISSUES*. 2001

Pajak Penghasilan BUT Penyelenggara Transaksi Electronic, [online], artikel, diambil pada tanggal 24 april 2011 dari (<http://iwayanaguseka.wordpress.com/2009/08/16/pajak-penghasilan-but-penyelenggara-transaksi-elektronik/>), di akses tanggal 18 September 2010)

Salman, M. Fikri , *et.al.* Bahan Ajar Hukum Dagang, Hukum dan Bisnis Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya: Inderalaya, 2006

Syahdeini, Sutan Remy. "E-Commerce Tinjauan Dari Perspektif Hukum", *Jurnal Hukum Bisnis* Volume 12 Tahun 2001.

Tentang E-commerce, [online], artikel, diambil pada tanggal 10 mei 2011 dari (:<http://sanimogalana07.blogspot.com/2008/11/tentang-e-commerce.html>), di akses tanggal 7 april 2011)

Transaksi E-Commerce: Salah Satu Kelemahan Ketentuan Pajak Indonesia, [online], artikel, diambil pada tanggal 26 juli 2011 dari (<http://www.hukumonline.com/berita/baca/hol2795/transaksi-iecommercei-salah-satu-kelemahan-ketentuan-pajak-indonesia>), di akses tanggal 15 September 2010)

Undang-undang RI Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-undang RI Nomor 13 Tahun 1985 tentang Bea Materai.

Undang-undang RI Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-undang RI Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan keempat Undang-undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.

Undang-undang RI Nomor 42 Tahun 2009 tentang perubaha ketiga Undang-undang Nomor 8 tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang mewah.

Ustadianto, Riyeke. 2002. *Framework e- Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Waluyo, 2007. *Perpajakan Indonesia Edisi 2007*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Widiyono, Try. 2006. *Aspek hukum Operasionalisasi Transaksi Produk Perbankan di Indonesia: simpanan, jasa dan kredit*. Bogor: Ghalia Indonesia

Wiratno, Hendra. "Analisis Mengenai Ketentuan Pajak Pada transaksi E-Commerce Dan Penerapannya", Artikel, diambil pada tanggal 24 juli 2011 dari http://justice-for-indonesia.blogspot.com/2009_12_01_archive.html.